

1998. 3. szám

JEL- KÉP

KOMMUNIKÁCIÓ, KÖZVÉLEMÉNY, MÉDIA

A Magyar Médiaért Alapítvány és az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport folyóirata

Szerkesztőbizottság

ANGELUSZ RÓBERT
GÁLIK MIHÁLY
GYÖRGY PÉTER
HORÁNYI ÖZSÉB
KOVÁTS ILDIKÓ
TAMÁS PÁL
TERESTYÉNI TAMÁS (*főszerkesztő*)
WESSELY ANNA

Tanácsadó testület

ALMÁSI MIKLÓS
CSEH-SZOMBATHY LÁSZLÓ
CSEPELI GYÖRGY
GEORGE GERBNER
HANN ENDRE
SVENNIK HØYER
HUNYADY GYÖRGY
LEVENDEL ÁDÁM
PETŐFI S. JÁNOS
PLÉH CSABA
ROBERT STEVENSON
TARDOS RÓBERT

A szerkesztőség címe:

JEL-KÉP

MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport

1064 Budapest, Izabella u. 46.

Tel.: 3423-130/27, 28

Tördelés és sokszorosítás: Osiris Kft.

HU ISSN 0209–584X

TARTALOM

MÉDIA

- Angelusz Róbert – Tardos Róbert: MÉDIAHASZNÁLAT VAGY
MÉDIAFOGYASZTÁS? A TELEVÍZIÓNÉZÉS EGY ÚJ EMPIRIKUS
TIPOLOGIÁJA 3
- Rudas János – Szamos Erzsébet: KRÓNIKÁK ÉS HÍRADÁSOK: EGY
TARTALOMELEMZÉS TANULSÁGAI 25

KOMMUNIKÁCIÓ

- Tölgyesi János: KOMMUNIKÁCIÓS KONVERGENCIA AVAGY
A MŰSORSZÓRÁS, A TÁVKÖZLÉS ÉS A SZÁMÍTÓGÉPES HÁLÓZATOK
KÖZÖS ÚTJAI 49
- Varga Károly: AZ ARÁNYPÁR MEGOLDÁSA. A MODERNIZÁCIÓ
KOMMUNIKÁCIÓS ELMÉLETE 30 ÉV UTÁN 63

MŰHELY

- Kapitány Ágnes – Kapitány Gábor: A VÁLASZTÁSI KAMPÁNYFILMEK
AKARATLAN ÜZENETEI 81
- Zsolt Péter: MÉDIAETIKA A JÁTÉKELMÉLETBEN 91

KITEKINTÉS

- Bajomi-Lázár Péter: A MONOPÓLIUM UTÁN.
AZ OLASZORSZÁGI RÁDIÓZÁS ÚTJAI 101

A JEL–KÉP-nek ez a száma az OTKA támogatásával jelent meg.
Témaszám: T 025096

Angelusz Róbert – Tardos Róbert

MÉDIAHASZNÁLAT VAGY MÉDIAFOGYASZTÁS? A TELEVÍZIÓNÉZÉS EGY ÚJ EMPIRIKUS TIPOLOGIÁJA¹

A mióta a televíziózás a II. világháború után tömegméretekben elterjedt, az új eszköz kulturális jelentősége meg-megújuló vita tárgya. A televízió perspektíváihoz – mint minden újdonsághoz – nagy számban fűződtek túlzott remények, utópisztikus elképzelések. A televízió közkedveltsége, gyors elterjedése sokakban keltette azt a várakozást, hogy olyan rétegeket is „beemelhet” majd a kulturális közkincsek világába, amelyek korábban csak periférikusan érintkeztek a művelődés nívósabb alkotóelemeivel. E felfogás szerint – mintegy „házhöz szállítva” a kultúrát – a televízió nivelláló hatást fejt ki, s csökkenti a társadalmi rétegek műveltségi szintje közti szakadékot.

A TELEVÍZIÓ ÉS A HAGYOMÁNYOS KULTÚRA. KÖZSZOLGÁLATISÁG ÉS KOMMERCIALIZÁCIÓ

A média-optimizmus kezdeti megnyilatkozásaival elejétől fogva pesszimiztikus értékelések konfrontálódtak. Az új típusú kultúrpeesszimizmus egyik jellegzetes motívuma szerint a média elterjedése elkerülhetetlenül kulturális nívócsökkenést von maga után. Mivel a széles rétegek „nem vevők” a magaskultúra értékeire, az értéktelen tartalmak óhatatlanul kiszorítják az értékeseket, s e folyamat eredményeként a közízlés az eredetihez képest is tovább süllyedhet (lásd például Gerbner 1977). A kultúrkritika egy másik vonulata olyan manipulatív szándékokat is a kommunikátorok rovására írt, amelyek nyomán a nagyközönség az önálló orientációra képtelen passzív befogadói státuszba süllyed. E vonulatba kapcsolódott Lazarsfeld és Merton nevezetes cikke a negyvenes évek végén a tömegkommunikáció depolitizáló-narkotizáló diszfunkciójáról kifejtett állásponttal (Lazarsfeld–Merton 1948), s a televízió térhódítását követően szerzők bővülő köre helyezkedett e szkeptikus platformra.

E viták új dimenziót nyertek a hetvenes-nyolcvanas évektől a hagyományos közszolgálati televíziózás fokozatos visszaszorulásával és a kereskedelmi jellegű műsorszolgáltatás

általánossá válásával. Míg az Egyesült Államokban korábban is a kommersziális médiamodell volt uralkodó, Nyugat-Európa sok országában ekkoriban törtek előre a magáncsatornák, még akkor is, ha a legtöbb helyen a nagy állami adók aránylag szívélyesen őrizték megmaradt hadállásaikat. Számos országban a demokratikus véleményképzés fenyegetettségét hangsúlyozták arra az esetre vonatkozóan, ha a magánmédia közti fokozódó verseny következtében a szórakoztatás kiszorítja a tájékozódás-véleményképzés műsorait. A szóbanforgó európai országokban emellett a kulturális identitás szempontjai is fokozott hangsúlyt kaptak. A kommercializálódás lassítása mellett fontos érvként hangzott el a nemzeti kultúráközvetítés védelme. Nem utolsósorban ezek a hangsúlykülönbségek tükröződnek a médiafogyasztás nemzetközi eltéréseiben. A nyolcvanas-kilencvenes évekre vonatkozó összehasonlító adatok szerint (lásd Falussy 1996) az olyan európai országokban, mint Norvégia, Dánia, Finnország, Svédország mind a tévzés összideje, mind annak szabadidőn belüli aránya lényegesen alacsonyabb, mint az olyan angolszász országokban, mint az USA, Kanada, Ausztrália, Anglia (s különösen az elsőként említettben).²

A 'használat és igénykielégítés' iskola zömmel európai képviselői (így Blumler–Katz 1974, Rosengren 1985) megpróbálták a médiaipar multinacionális árjával szembeszegülni, és e megközelítés erősen – és nem is eredménytelenül – hallatta szavát például a BBC jellegének megőrzéséről, átalakításáról az elmúlt években folytatott vitákban is. Bizonyos ellentendencia azonban az amerikai médiaszíntéren is megjelent, olyan televíziós orgánumokat hozva létre, mint a PBS vagy a C-SPAN, melyek a véleményirányítók, kultúráközvetítők speciális közönségeihez szólva próbálják az igényesebb kommunikáció szféráját bővíteni.³ Nem kérdéses azonban, hogy az elmúlt évtized mérlege – s ebben az új kommunikációs technikák, a műholdas, kábeltévés csatornák szerepe sem jelentéktelen – a kereskedelmi jelleg dominánssá válása felé mutat a nemzetközi médiaszíntéren. (És persze – amit közelebből ismerünk – a hazai médiaszíntéren is.)

Ami a televíziós expanzió kulturális hatásaira való hazai reflexiót illeti, az elmúlt években a médiakutatás kissé adós maradt e folyamatok nyomon követésével, noha a hetvenes-nyolcvanas években e kérdéskör még több szerzőt foglalkoztatott. Így Tomka (1972) – a televízió elterjedésének még aránylag korai, nem telített szintjén – olyan kutatási eredményekről számolt be, melyek szerint bizonyos körülmények közt a televízió egyes⁴ kulturális értékek befogadását, így bizonyos könyvek olvasását kedvezően befolyásolhatja. E szerző későbbi (1976) időmérlegfelvételre alapozott munkája ugyanakkor már azt állapítja meg, hogy a tévzés nem egyszerűen a maradék helyet tölti ki a szabadidőn belül, hanem önálló igényként életforma-szervező tényezővé vált, és más szabadidős-kulturális tevékenységek gyakoriságát is aktívan befolyásolja. E tapasztalatok arra mutattak, hogy valóban létezik bizonyos kiszorító hatás. Angelusz és Révész (1985) – a csatornaválaszték bővülésének kezdeti időszakában – televíziós naplók elemzése alapján azt mutatta ki, hogy a nem-hagyományos médiafogyasztás, a külföldi adások igénybevétele egészében véve növeli az összes tévénézést.

A nyolcvanas évek második felében már Magyarországon is előrevetítették árnyékukat azok a változások, amelyek nemzetközi méretekben a médiastruktúra átalakulását eredményezték. A Tömegkommunikációs Kutatóközpont által 1988-ban kiadott médiajövőkép-tanulmányok (Fritz 1988) az új kommunikációs technikák hazai elterjedését prognosztizálva Magyarországon is a csatornák bővülését s a közönség bizonyos fragmentálódását jelezték előre. Hasonlóképp visszatérő motívumként fogalmazódott meg, hogy a gazdasági nehézségek életszínvonal-kihátásai, a szabad rendelkezésű jövedelmek széles rétegeken belüli

csökkenése a költségesebb kulturális és szórakozási formák háttérbe szorulásához, s a nagy mennyiségben olcsón hozzáférhető médiafogyasztás felértékelődéséhez vezet, akár annak hagyományos televíziós változatában, akár az új kommunikációs technikákon (kábeltevé, műholdas tévé, videó stb.) keresztül. A rendszerváltás sok tekintetben felgyorsította az említett tendenciákat, és – részben a tulajdonviszonyok átalakulásával, részben a politikai pluralizálódással – bizonyos korlátokat le is bontott előttük. Így a média állami monopóliumának fokozatos lebomlása növekvő számú kommerciális alapon működő műsorszolgáltató, -terjesztő szervezetnek, a reklámverseny erősödésének, a nézői figyelemért folytatott versengésnek adott teret. A külföldi tartalmak beáramlásának korábbi adminisztratív korlátozása megszűntével a kommerciális műsorszolgáltatás fokozatosan hozzáidomult a főként amerikai társaságok által dominált nemzetközi piacon kialakult sztenderdekhez. További jelentős változást jelentett – már a reklámverseny körülményei közt – a televíziós adásidő jelentős kibővítése, s korábban a tévézés szempontjából „kihasználatlan” napszakok (reggel, késő este) belépése a médiafogyasztás területére.

Noha a médiafogyasztás kifejezés a tömegkommunikáció-kutatás terén már teljesen mindennapivá vált, mégsem árt a további elemzések előtt megállni ennél a magától értetődőnek tűnő fogalomnál. A fogyasztás kifejezés végeredményben passzív befogadást, a média esetében kommersz produktumok közvetlen gratifikációt nyújtó 'elfogyasztását' sugallja. A médiahasználat kifejezés már aktívabb, tudatosabb befogadói attitűdre utal. Az egyik vagy a másik kifejezés alkalmazása tulajdonképpen állásfoglalást jelent abban, hogy a mai viszonyok között melyik megjelölést tartjuk realisztikusabbnak (tehát nem normatív, hanem leíró értelemben). A kérdés egy másik vetülete, hogy a 'fogyasztók halmazát' vagy valamilyen szervezettebb, összetartozó, a műsorpolitikára befolyást gyakorolni is képes 'közönseget' tételezünk. Erre a kérdésre is a gyakorlati tapasztalatok alapján válaszolhatunk, de vizsgálatunk egyik-másik megállapítása ehhez a kérdéshez is adalékul szolgál.

A TÉVÉZÉS MENNYISÉGE: KI MENNYIT NÉZ?

Bár a Magyarország kulturális állapota projekt keretében lefolyt felvétel az 1996-os helyzetről, s azon belül is inkább a televíziózás kvalitatív, szerkezeti jellemzőire irányult, más empirikus adatforrásokból azonban a televíziózás mennyiségi jellemzőinek, illetve a tévé szabadidőn belüli súlyának változásai is nyomon követhetők. Mindenekelőtt a KSH időmérleg-felvételeiről van szó, melyek a hetvenes évektől kezdve két évtizedet (1977–1993) ölelnek át. A kilencvenes évek trendjeire vonatkozóan fontos adatforrás az AGB Hungary – ma már műszeres – rendszeres közönségmérésének adatbázisa (lásd Zeleynay 1996). A tévézés mennyiségének társadalmi-demográfiai összefüggéseiről részletekbe menő adatokat szolgáltat továbbá az MTA–ELTE Kommunikációs Kutatócsoportjának 1996 végi vizsgálata.

A statisztikai konvenciót követő 1. táblázat adatközlése nemek szerinti bontást alkalmas, ami e kérdéskörben tartalmilag sem indokolatlan, noha a teljes népességben végbe ment változások nyomonkövetését kétségtelenül kissé nehezíti. Mivel azonban a főbb eltolódások mind a férfiak, mind a nők közt hasonlóan jelentek meg, néhány alap tendencia így is világosan kivehető.

1. táblázat

A 18–69 éves népesség átlagos napi időfelhasználásának szerkezete (perc)

	férfi			nő		
	1977	1986	1993	1977	1986	1993
Kereső-termelőmunka	357	353	294	230	217	181
Szabadon felhasználható idő	227	250	286	186	219	235
Tévézés	95	117	161	83	107	135
(szabad idő)	(42%)	(47%)	(56%)	(45%)	(49%)	(57%)
Tévéen kívüli szabad idő	132	133	125	103	112	100

Forrás: Falussy (1996)

Ami közvetlen tárgyunkat illeti, az első, vaskos tény: két évtized alatt a tévézés több, mint 50 százalékkal nőtt. E ténybe az ellátottság bővülése alig játszott közre, mivel már 1977-ben közel teljes készüléktelítettségről beszélhettünk, 1986-ra pedig ez gyakorlatilag létre is jött. Egyedül 1986-hoz viszonyítva is több mint egyharmados az átlagos emelkedés – a döntő változás ebben az utóbbi időszakban zajlott le.

A változás fő tényezőjére az 1. táblázat első két sora, tehát a kereső munka átlagos idejének csökkenése és a szabadidő ezzel párhuzamos növekedése nyilvánvalóan utal. A munkaidő csökkenése az elmúlt évtized ismert gazdasági átalakulásaival hozható összefüggésbe. Ezekben az években mintegy másfél-, kétmillióval csökkent az aktív keresők száma, részben a belépő munkanélküliséggel, részben a szintén jelentős arányú elő-, és kényszernyugdíjazásokkal kapcsolatban. A szabadidőnek a statisztika által kimutatott jelentős növekedése e folyamat közvetlen következménye. (Az már más kérdés, hogy az így megnőtt, szabadon rendelkezésre álló idő mennyiben tekinthető a szó hagyományos értelmében vett szabadidőnek, vagy mennyire emlékeztet az inaktívvá vált népességnek arra a sokszor céltalan lézengésére, amelyet a 30-as évek nagy válsága kapcsán a híressé vált Marienthal-vizsgálat olyan érzékletesen írt le.)

Az 1. táblázat utolsó sora is sokat mond, amely szerint a tévézésen kívüli szabadidős tevékenységek összideje ezenközben nem nőtt, hanem valamelyest még csökkent is. Világos tehát, a tévézés nem egyszerűen benyomult a kereső munka csökkenéséből adódó vákuumba, hanem ki is szorított más tevékenységeket.

Persze e tények értelmezéséhez néhány, itt nem említett tendencia is figyelembe veendő. Csak jelzésszerűen, íme néhány a fontosabbak közül. Már a 80-as, s még inkább a 90-es évektől erőteljesen drágult számos szabadidős tevékenység, kulturális, szórakoztatási termék és szolgáltatás (mint a könyv, a mozi, a koncert, a színházi és egyéb előadások, sportesemények, uszodajegyek, az éttermi árak és a közlekedés, utazás is). A „házon kívüli” szabadidőtöltés költsége általában véve jobban emelkedett, mint az otthoniaké, így a televíziózásé. Noha az előfizetési díjak sem képeznek kivételt az áremelkedés általános tendenciája alól, az általánydíj befizetése után a nézők már tetszés szerint növelhetik a tévézésre fordított időt. Kétségtelen, a belépő kábelcsatornákkal is emelkedtek valamelyest a nézők televíziózásra fordított kiadásai, de – legalábbis a bevezetés időszakában – a kábeltársaságok zöme ügyelt rá, ne riassza el túl magas díjtételekkel a potenciális ügyfeleket.

Ami nem kevésbé fontos, magán a médiarendszerten belül is számos tényező hatott a bővülő műsorfogyasztás irányába. Mindenekelőtt a kommercializálódásnak az a fokozatos előrehaladása említendő (s e tendencia az állami-közszolgálati televíziózást sem hagyta

érintetlenül), amely a nézőért, a reklámcélpont műsorfogyasztó idejéért, figyelméért folytatott versenyt nagymértékben felerősítette. Ismét csak jelzésszerűen, ennek olyan megnyilvánulásait regisztrálhattuk az elmúlt évtizedben, mint a bővülő műsorszolgáltatás, az összműsoridő jelentős növekedése (s ezen belül a reggeli, későesti tévzés bevezetése, elterjedése), a hagyományos médiaszervezetek mellett új versenytársak megjelenése növekvő számban (részben már a médiatörvény életbe lépése előtt, a frekvencia-moratórium idején is kisebb-nagyobb hazai kereskedelmi adók jelentkeztek a jöghézagok kihasználásával). S emellett – a kábeltévés, illetve a műholdas tévzés elterjedése révén – a külföldi versenytársak is növekvő számban jelentkeztek a médiapiacra, s az idegennyelvű csatornák mellett ezeken belül ott voltak olyan kifejezetten a hazai fogyasztók elhódítását célzó szolgáltatások is, mint az HBO.

Az új (hazai kereskedelmi, illetve külföldi kábeles és műholdas) tévéadásoknak ma már az összefogyasztáson belüli együttes részaránya sem jelentéktelen (a hivatkozott AGB-Hungary forrás szerint 1996-ban már egynegyedhez közeli, de bizonyos napszakokban – így a késő esti órákban –, s bizonyos – elsősorban fiatalabb – korcsoportokon belül ennél is jóval nagyobb). Ennél is jelentősebb e tényező, e versenyfaktor hatása a tradicionális médiaszektor műsorszolgáltatásának tartalmi jellegére. A közszolgálati (vagy inkább állami) televízió mindent megtett, hogy elébe menjen az egyre erősödő kereskedelmi kihívásnak, e törekvéséről a műsorszerkezet jellegében történt eltolódások (mint a szórakoztató filmsorozatok, a reklámműsorok részarányának számottevő növekedése, az igényesebb kulturális, informatív műsorok zömének a csúcsidős zónán kívülre szorulása) nyilvánvalóan tanúskodnak.

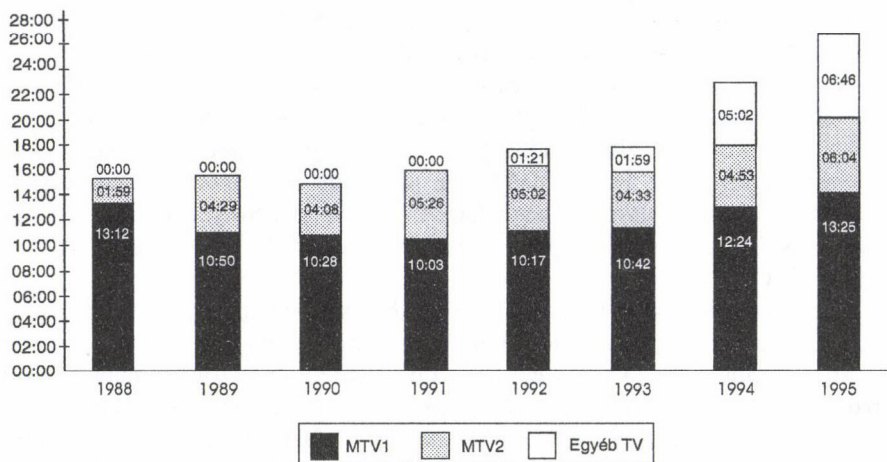
Végül is mindezen körülmények következtében oly mértékben megnőtt a televíziózás időszerkezeten belüli súlya, hogy – mint az 1. táblázat zárójeles adatsora jelzi – a szabadidőn belüli részaránya a kilencvenes évek elején már meghaladta az 50 százalékot. Ez nemzetközi összehasonlításban szinte példátlan. Ugyancsak az előzőleg említett Falussy-publikáció tartalmazza az erre vonatkozó adatokat. Bár általánosan megfigyelhető másutt is a tévzésre fordított idő emelkedése a nyolcvanas-kilencvenes évekre, hasonló ugrás másutt nem figyelhető meg. 1993-ban maga a tévzési összidő is a legmagasabbak közé tartozik, de az 50 százalékon felüli szabadidős részarány a számbavett országok közül másutt egyáltalán nem fordult elő. A 90-es évek elejéről származó adatok szerint például Ausztriában 39, Japánban 35, s Norvégiában csak 25 százalék volt ez az arány. (Skandináviában általában véve hasonló arányokat tapasztalhatunk. A magyart megközelítő magas részarányok a zömmel domináns módon kommerciális médiarendszerrel jellemezhető angolszász országokban, az Egyesült Államokban, Kanadában, Angliában fordultak elő a nyolcvanas évek második felének vizsgálatait szerint.)

Mindezek az adatok az elmúlt évtizedek társadalmi átalakulásának legfontosabb jelzőszámaihoz, kulturális indikátoraihoz tartoznak, amelyekre a hazai társadalomkutatás eddig kevésbé reagált valóságos jelentőségüknek megfelelően.

S a vázolt trendről szólva, valójában nem is indokolt a múlt idő használata. Míg a KSH-adatok 1993-ig terjednek, más források szerint e folyamat a kilencvenes évek elején éppen sggel nem zárult le, sőt talán még gyorsult is.

1. ábra

A televízió nézésére fordított idő egy főre jutó heti átlaga felnőttek körében



Forrás: AGB évkönyv

A mérések szerint tehát 1993 óta is erőteljes, szinte rohamos a tévészésre fordított idő növekedése. 1993-ban heti 17 óra tévészést regisztráltak (ez lényegében megegyezik a KSH által ekkorra regisztrált napi 2 és fél órás mennyiséggel), 1995-re ez heti 26 óra (átlagosan napi 3 és fél óra) fölé emelkedett.

Itt egy módszertani körülményről is említést kell tenni. Az AGB-Hungary a kizárólagosan műszeres mérést 1994-ben vezette be, és az új módszer bevezetése közrejátszott a jelentős növekedésben 93 és 94 között. De – már azonos módszer alapján – 94 és 95 között is jelentős (közel 20 százalékos) növekedést regisztráltak.

Az 1. ábrán látható, hogy a növekedésből a legnagyobb szeletet az új adók foglalják le, de hogy a tradicionális főadók is állták a fogyasztókért folyó versenyt, azt jelzi, hogy a részarányuk csökkenése ellenére mind az 1., mind a 2. csatorna nézési ideje is elég számottevően emelkedett.

A mennyiségi tendenciákról elmondottak végére kíváncsiak még az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport 1996. végi felvételének adatai, melyek napszakonkénti személyes becslések alapján közelítették meg a tévészés napi (hétköznapi) összidejét. Átlagosan mintegy napi három és fél óra – tehát az előzőhöz hasonló, igen magas érték – adódott itt is az alkalmazott módszer alapján. E vizsgálat nyomán ugyanakkor elemzést végezhetünk arról is, hogy az általánosan alkalmazott társadalmi-demográfiai tényezők közül melyek befolyásolják leginkább a tévészés idejét. Itt mindenekelőtt arra keressük a választ, mennyire általános a tévzési idő felduzzadásának fent jelzett tendenciája. Azt már a KSH-adatokból is láthattuk, hogy a kevesebb szabadon rendelkezésre álló idejük a nők között kevesebb tévzést is eredményez (azonban a tévzési idő jelentős emelkedése mind a férfiak, mind a nők közt megfigyelhető). Kérdés ugyanakkor, hogy mennyire függ az általánosan megfigyelt nagymértékű tévzés az iskolázottságtól – a magasabb végzettségűeket, diplomásokat is jellemzi-e a fent vázolt tömeges tendencia? Hasonlóan érdekes az életkori tényező – nincsenek-e ebben a mennyiségi tekintetben lényeges különbségek a korcsoportok között?

A 2. táblázat adatai szerint – az említett tényezőket tekintve – ebben a vizsgálatban is határozott szignifikáns összefüggés mutatkozik a nem változójával, tehát a nők esetében alacsonyabb a nézés összideje.

2. táblázat

A tévézésre fordított idő meghatározó tényezői (1. modell)

	B	Std.Error	Béta	t	sign.
(Konstans)	287.4	32.9		8.732	.000
aktivitás	-47.0	10.4	-.168	-4.504	.000
nem (nő: +)	-22.4	9.1	-.080	-2.453	.014
iskolázottság	-3.7	6.0	-.022	-.621	.535
életkor	2.0	4.6	.016	.445	.656
vidéki/város lakó	25.4	9.1	.091	2.798	.005

Nézzük az iskolai végzettséget! Bár a negatív előjel utal valamifajta negatív korrelációra, ez az összefüggés korántsem számottevő. Tehát a magasabb iskolázottságúak sem vonták ki igazán magukat a nagymértékű tévézés általános tendenciája alól. Pontosabban: a részletesebb adatok azt mutatják, hogy a diplomások között körülbelül napi félórával kevesebb a tévézés az átlagos-hoz képest (három óra a három és félel szemben), de ez is jóval magasabb, mint a nyolcvanas évek elejére, akár a kilencvenes évek elejére kimutatott átlagos szint.

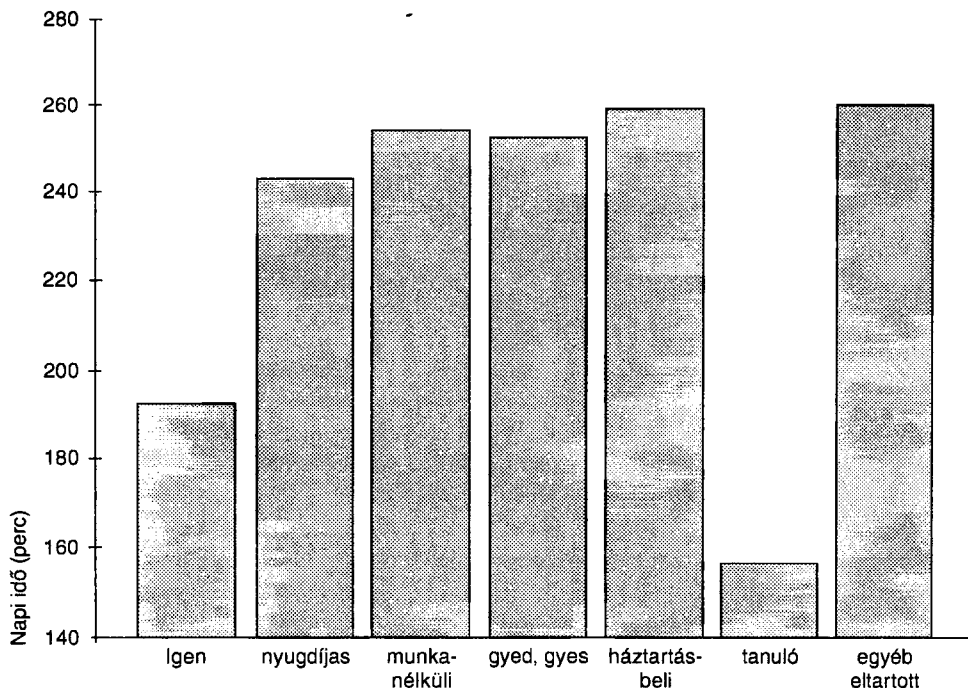
Ami a kor tényezőjét illeti, az egyértelmű, hogy – az előző tényezőhöz hasonlóan – határozott összefüggés nem mutatható ki. A kérdés azonban mégsem ennyire egyszerű. Egy további – az életkortól korántsem független – tényező, az aktivitás ugyanis a legbefolyásosabb meghatározóként jelent meg. Végeredményben arról van szó – amire már az előzőekben bemutatott időmérleg-adatok is utaltak –, hogy a tévézésben a döntő különbséget nem az életkor, hanem az aktivitás, a keresőtevékenység megléte teszi. Akiknek van munkájuk, állandó kereső tevékenységük, azok kevesebbet, akiknek nincs, azok többet televízióznak. Ha a részletesebb adatok szerint bizonyos különbségek mutatkoznak a korcsoportok között, ez pusztán a foglalkoztatás eltérő szintjéből adódik. E tényező kiugró szerepe miatt az aktivitás szerinti adatokat érdemes részletesebben is szemügyre venni.

Az inaktív csoportok nézési idejében – a nyugdíjastól a munkanélkülig – alig fedezni fel különbséget. A tanulók (esetünkben gyakorlatilag az egyetemi hallgatók) nézési ideje ugyanakkor a keresőkéhez hasonló, de annál valamivel alacsonyabb (és a diplomásokhoz képest is körülbelül napi félórával kevesebbet tévéznek).

A televíziózás közeljövőben várható tendenciáira is kitekintve, egy sajátos paradoxon fogalmazódik meg a szóbanforgó tényezővel kapcsolatban. A kerekedelmi televíziózás általánossá válása – s a minden törekvés ellenére a közszolgálati média tevékenységét továbbra is erősen kondicionáló reklámverseny – a média- és reklámpar szempontjából kívánatos célközönség fókuszába a vásárlóképes rétegeket, a keresőket, a magas iskolázottságú csoportokat, a – jelenlegi vagy jövőbeli – diplomásokat, egészében a szociális centrum-periféria megkülönböztetésén belül az előbbieket helyezi. Akik viszont a tapasztalatok szerint a leginkább ráutaltak az időfelhasználás e formájára, azok zömmel az előbbi szempontból periférikus helyzetű csoportokból (munkanélküliekből, nyugdíjasokból, gyereket gondozókból) kerülnek ki. Kérdés, ha reklámszempontból nem bizonyulnak igazán potens célcso-

2. ábra

A tévénézés összideje aktivitás szerint



Folytat-e kereső tevékenységet a kérdezett?

portnak, sajátos kisebbségi igényeik mennyire jelennek meg, s még inkább mennyire fog-nak megjelenni a műsorgyártói horizonton.

Végül az 1. modellben szereplő utolsó tényezőre visszatérve: a településtípus szerint a közbülső, vidéki városi szinten tapasztalható a legodaadóbb televíziózás. Valószínűleg részben arról van szó, hogy a fővárosihoz képest részben a kereseti lehetőségek is gyéreb-ben állnak rendelkezésre, s kisebb az egyéb szabadidős (szórakozási-kulturális) választék is, részben arról, hogy a községekben élőkhez képest kisebb a ház körüli munkákkal, gaz-dálkodással kapcsolatos lekötöttségük is. Ha ma mindenki sokat tévéz, úgy látszik, a kisvá-rosra ez különösen igaz.

3. táblázat

A tévénézés ideje és a használt csatornák száma (2. modell)

	B	Std.Error	Béta	t	sign.
(Konstans)	271.6	25.6		10.614	.000
aktivitás	-57.3	9.1	-.205	-6.285	.000
nem (nő: +)	-15.9	9.1	-.057	-1.752	.080
vidéki/városlakó	20.4	9.1	.075	2.336	.020
a csatornák száma	4.9	1.1	.141	4.294	.000

A 2. modellbe – az 1. modell szignifikáns tényezői mellé – egy olyan tényezőt is felvettünk, mely dinamikus szempontból, a közelmúlt tendenciái és a jövőbeli folyamatok prognosztizálása szempontjából is sokat mondhat. A csatorna-diverzitás változója azt foglalja össze, hogy egy-egy néző mennyit vesz alkalmanként igénybe a ma már lassan általánossá vált csatornabőségéből. (A népesség egészére vetítve ez a szám átlagosan 4,8 volt, s ha csak azokat vesszük figyelembe, akik a tradicionális két főadónál többet tudnak nézni, 8,6).

Az adatok szerint az aktivitás után ez a tényező, tehát az igénybe vett csatornák száma a tévézési idő második fő meghatározója. Bár egyirányú oksági kapcsolatról aligha beszélhetünk, valószínű, hogy a növekvő csatornaválaszték és az általánossá váló csatornabőség (a kábeles vagy a parabola-antennás ellátottságnak fokozatos telítődése) – csak ezt a tényezőt tekintve – a jövőben a tévézés mennyiségének további növekedését eredményezheti.

A TÉVÉZÉS JELLEGE: KI MIT NÉZ? A MŰSOROK ÉS A KÖZÖNSÉG TIPOLÓGIÁJA

Az eddigiekben elsősorban a médiafogyasztás kvantitatív kérdéseiről volt szó, bár bizonyos kvalitatív szempontokat ennek kapcsán is érintettünk. A következőkben az alapfelvétel adatai alapján most már elsősorban az utóbbiakra – a ‘mit fogyasztunk’, vagy árnyaltabban a ‘ki mit fogyaszt’ kérdésére – koncentrálnunk.

Ha pusztán a kulturális fogyasztás mennyiségét tekintjük, aligha van olyan tevékenység, amely a tévézésre fordított idővel vetekedhetne. Egy olyan kutatás, amely az ország kulturális állapotainak feltérképezését tűzi ki céljául, nem nélkülözheti tehát a legtömegesebben előforduló televíziózási szokások és irányultságok számbavételét. A műsorfolyam egészének egyik legfontosabb jellegzetessége tartalmi heterogenitása, és ez a nézési szokásokra is rányomja bélyegét. A médiakutatási előzmények mégis arról adnak számot, hogy a felszíni diffúzitás mögött kitapinthatók bizonyos nézői profilok és ezeknek jellegzetes társadalmi csoportkötődései.

A jelen tanulmány első lépés egy olyan televíziónézési tipológia felé, amely több dimenzió mentén kísérli megközelíteni a szóbanforgó profilokat. Természetesen kísérletünknek vannak bizonyos korlátai. Adataink keresztmetszet-jellegű felvételen alapulnak, és ennek következtében nem tudjuk dinamikusan vizsgálni az átalakulóban lévő magyar társadalom e kulturális mintáit, és különválasztani a rövid és hosszabb távon is érvényesülő tendenciákat. Az adatok továbbá nem időmérleg-jellegű technikákra épülnek, így több múlik a kérdezetteknek a saját nézési szokásaikra vonatkozó becslésein (amikor bizonyos önprezentációs motívumokat sem lehet kizárni). A felvétel korlátai továbbá nem tették lehetővé valamennyi csatorna és valamennyi műsortípus (így például a hírjellegű műsorok) részletes vizsgálatát. Tipológiai modellünk – a fent jelzett körülményekkel összefüggésben – nem veheti figyelembe a tévézésnek a napi időbeosztásba való sajátos beágyazottságát, s ezzel szemben a tévézés tartalmi sajátosságait állítja középpontba. A jelen tanulmányban így körvonalazott képet terveink szerint a későbbiek során a műsorszelekció tudatosságáról, a műsorok kiválasztásának szubjektíve észlelt szempontjairól, továbbá más tömegkommunikációs eszközök használatáról meglévő információkkal kapcsoljuk majd össze.

Elemzésünk azon az ötven konkrét műsorból álló kérdéssorozaton alapul, amelyeket a

közönség tévénézési szokásainak feltérképezésére állítottunk össze. A műsorok kiválasztásánál arra törekedtünk, hogy a legkülönbözőbb fajta adások kvalitatíve is reprezentálva legyenek. Tartalmazták a legkedveltebb és – közönség szempontból – legfontosabb műsorokat, és kellő számban legyenek ahhoz, hogy az egyes nézési irányokat viszonylag tisztán kirajzolhassák. Nem vontuk be ugyanakkor azokat a műsorokat – bármennyire érdekesek lettek volna tartalmi szempontból –, amelyek a nagyközönség számára legkevésbé hozzáférhető adásidőkből és csatornákon kerülnek sugárzásra (így – egy-két kivételtől eltekintve – nem szerepeltek a műsorok listáján a hétköznapi délelőtti vagy kora délutáni közvetített programok, továbbá az MTV 1. és 2. adói mellett más tévécsatornák adásai).

Itt ismét utalni kell persze a vizsgálatok 1996-os időpontjára. Az országszerte sugárzott kereskedelmi csatornák, a TV2 és az RTL-Klub ekkor még nem indultak be, és az MTV 2 sem került a közönségnek egy számottevő része számára foghatatlan műholdas csatornára. Jónéhány, a listán szereplő műsor, sorozat is újabbaknak adta át helyét azóta. Úgy gondoljuk – bár persze ez vitatható kérdés –, mindezek a változások a műsor kínálat összetételét és a műsorfogyasztásról kimutatott összefüggések érvényét nem befolyásolták döntően.

A szóbanforgó kérdéssorozat azonos négyfokú válaszkála (4: „ha teheti, mindig nézi”, 3: „többnyire nézi”, 2: „néha nézi”, 1: „nem szokta megnézni”) segítségével „mérte” az egyes műsorok nézettségét-kedveltségét. Formailag a kérdés nézési gyakoriságra vonatkozott, de a tapasztalatok szerint a kapott válaszokban a pusztán mennyiségi aspektus mellett – már csak a retrospektív technika és a szelektív emlékezet miatt is – a műsorok kedveltségének foka is kifejezésre jut. A technika egyöntetűsége megkönnyíti az olyan többváltozós elemzési technika alkalmazását, mint a faktoranalízis. A kibontakozó faktorstruktúra a nézési szokások hasonlósága alapján egybekapcsolódó műsortípusokat többé-kevésbé világosan körvonalazza. Mint a 4. táblázatból kitetszik, a műsorok fogyasztás-szemponitú összekapcsolódását ma már nem annyira a csatornaspecifikus nézői minták határozzák meg (legalábbis az MTV 1. és 2. csatornájának műsorai több esetben alkotnak közös együttest), hanem inkább az érdeklődési irányok hasonlósága-eltérése, a kifejezőmód stílári jegyei, s általában véve tartalmi jellemzők határozzák meg.

Az 1. faktor azokat az igen nagy nézettségű, populáris szórakoztató jellegű, folytatásos sorozatműsorokat kapcsolja össze, amelyekben sok esetben a család, családi problémák, meghatározott hősök sorsa – olykor romantikus elemekkel átszőve – áll középpontban. E romantikus motívumok és a fordultatos cselekmények jelentős súlya indokolta a „sorozatok” mellett mellékmegjelölésként a „mesék” kifejezés alkalmazását. A műsoregyüttesen belül a Szomszédok és a Dallas, de az ugyancsak magas nézettségű (és faktorsúlyú) Topmodell és Borostyán is kifejezetten ilyen „szappanopera”-jellegű sorozatnak tekinthetők. Lazábban kapcsolódnak e faktorhoz a szórakoztató műfaj olyan populáris darabjai, mint a Friderikusz-show és a Szerencsekerék.

A 2. faktor olyan talk-show, vagy terefere-jellegű műsorokat foglal magába, amelyek érdekességét a megszólaltatott figurák reprezentatív jellege, a magánéletük „titkai” iránti széles körű érdeklődés vagy a diskurzusok témáinak nem-mindennapi jellege adja. Többnyire nem csúcsidőben, de aránylag kedvező adáskörnyezetben sugárzott, nagyobbreszt jó közepes nézettségű műsorok tartoznak ide.

4. táblázat

Az 50 műsor alapján kirajzolódó műsortipológia (faktorok)

	1.f. sorozatok („mesék”)	2.f. diskurzus	3.f. politika	4.f. krimi, akció	5.f. magaskultúra	6.f. magas információ	7.f. kvíz	8.f. sport	Mindig v. többnyire nézik (%)
Szomszédok	.76								58
Dallas	.71								64
Kisváros	.62								51
Borostyán	.61								42
Topmodell	.61								36
Família Kft.	.57								43
Friderikusz-show	.49								62
Szerencsekerék	.48								55
Desszert		.82							32
Lehetetlen		.76							35
Apropó		.76							35
Exkluzív		.51							17
Dosszié		.50							32
Töltsön velem egy órát		.46							31
Püder		.46							8
Miniszterelnöki sajtótájékoztató			.75						24
Parlamenti tudósítás			.74						22
Ütköző			.66						12
Sajtóklub			.56						10
Kinn, padon			.49						16
Nyitott száj			.49						38
X-akták				.73					58
A simlis és a szende				.64					41
Magnum				.63					45
McGyver				.63					34
Vészhelyzet				.59					70
Remekművek (zene)					.72				8
Színházi esték					.63				15
Múzsza					.58				16
Lyukasóra				2)	.58				6

	1.f. sorozatok („mesék”)	2.f. diskurzus	3.f. politika	4.f. krimi, akció	5.f. magaskultúra	6.f. magas információ	7.f. kvíz	8.f. sport	Mindig v. többnyire nézik (%)
Istenek órája					.58				6
Stúdió 96					.57				17
Híradó						.54			83
Panoráma						.54			49
Mindent vagy semmit						.52			56
Parabola						.51			48
Szeszélyes évszakok						.49			74
Ablak						.46			48
Kriminális						.43			54
Tipp-Hopp							.70		14
Telemázli							.69		28
Kedd 21							.60		14
Ön dönt							.50		16
Hogy is van ez?							.45		34
Telesport								.86	42
Sportvarázs								.84	30

A 3. faktorba sűrűsödő műsorok kivétel nélkül olyan politikai tartalmú műsorokat foglalnak magukba, ahol a közügyekről való tájékoztatás és véleményformálás áll középpontban. Figyelmet érdemel, hogy a TV-Híradó – noha alapfunkciója szerint e műsor az információ, a tájékoztatás legátfogóbb televíziós intézménye – a nézési szokások alapján nem ehhez a műsортípushoz, hanem a szórakoztatóbb elemeket inkább alkalmazó „magazin-információ” típushoz (6. faktor) kapcsolódik. A 3. faktor részét képező politikai műsorokat csekélyebb nézettségük is megkülönbözteti a TV-Híradótól. Az eleve populárisabbra hangszerelt Nyitott száj-on kívül a további politikai-tájékoztató műsorok többé-kevésbé rendszeres közönsége a 10-20 százalékos sávban mozog. Noha a közönség terjedelmét tekintve ez lényegesen elmarad a legtöbb szórakoztató műsorétól, más műsортípusokhoz viszonyítva mégsem kifejezetten alacsony. Ha azt is figyelembe vesszük, hogy az itt szereplő műsorok adásideje általában kívülesik a legkedvezőbb sugárzási időpontokon, például a kulturális, de akár a (kifejezetten szórakoztató célzatú) kvízműsorokhoz képest sem lebecsülendő méretű az ilyen típusú műsorok iránt érdeklődő közönség.

A 4. faktor az 1.-höz hasonlóan sorozatműsorokat foglal magába. Ezek a filmsorozatok azonban sokkal inkább a feszültségkeltés, a kemény akciók kiváltotta izgalmak révén vonzanak egy igen számottevő, a „szappanoperákhoz” hasonló nagyságú közönséget. Érdemes megjegyezni, hogy az idetartozó műsorok kivétel nélkül amerikai gyártmányúak. Más forrásból származó közönségkutatási adatok megerősítik a szórakoztató fogyasztás túlsúlyának, és ezen belül a külföldi gyártmányú programok kiemelt helyének itteni tapasztalatait.

	Csatorna	Dátum	Kezdési idő	Súlyozott nézettség	Ezer fő
1. Vészhelyzet (am. sorozat)	MTV1	02. 18.	20.17	48,9	4616
2. Dallas (am. sorozat)	MTV1	02. 14.	20.12	44,5	4202
3. Friderikusz-show	MTV1	02. 27.	20.49	43,5	4106
4. Szomszédok (ma. sorozat)	MTV1	02. 27.	20.12	43,3	4093
5. Gyilkosság utánvétellel (am. film)	MTV1	02. 15.	20.17	42,5	4010
6. X-akták (am. sorozat)	MTV1	02. 17.	20.15	40,7	3839
7. Kisváros (ma. sorozat)	MTV1	02. 06.	20.15	40,3	3809
8. Szerelmes ellenfelek (olasz film)	MTV1	02. 01.	19.59	39,3	3712
9. Híradó	MTV1	02. 09.	19.45	38,3	3617
10. Helló, doki! (ma. sorozat)	MTV1	02. 10.	20.19	37,5	3543
11. Kriminális (bűnügyi magazin)	MTV2	02. 18.	21.00	37,3	3523
12. A HÉT	MTV1	02. 16.	19.00	36,9	3483
13. Szerencsekerék	MTV1	02. 02.	18.32	36,7	3461
14. Dave (am. film)	MTV1	02. 22.	20.15	36,3	3454
15. Dosszié	MTV1	02. 24.	21.04	35,1	3313
16. A nő, aki szeretett (am. film)	MTV1	02. 09.	20.16	33,0	3112
17. Oroszlánkölykök (am. film)	MTV1	02. 23.	20.17	32,8	3079
18. A torony (am. film)	MTV1	02. 19.	20.15	31,2	2945
19. Második nekifutás (angol film)	MTV1	02. 16.	20.14	30,1	2889
20. Az én mozim	MTV1	02. 20.	20.55	28,7	2707

A listát az MTV Rt. Médiautató irodája állította össze az AGB-Hungary közönségmérése alapján.

Hogy a felvétel a jelenre is érvényesen ragadta meg a fogyasztás szerkezetét domináló műsortípusokat, és hogy mennyire az 1. és 4. faktor tartalmi állnak itt középpontban – amit a 4. táblázat jobb oldalának nézettségi mutatói is jeleznek – arra jó illusztráció a televízió egy-egy havi rating-mutatói alapján az 1997. februárra készített kimutatás a legnézettebb műsorok rangsoráról. Az első tíz között zömmel az e két műsortípushoz tartozó programok találhatók. Érdekesség még, hogy az első hat között négy itt is amerikai produktum, többségükben sorozat része.

A 4. táblázat műsortípus-adataira visszatérve, az 5. faktor sűríti magába azokat a „komoly”, a magaskultúra körébe sorolható műsorokat, amelyek a hagyományos művészeti ágak, a zene, színház, költészet és az ezekkel kapcsolatos ismeretterjesztés szféráit fogják át. Ez az a műsortípus, amely a legszűkebb közönséget vonzza. Köztük a legnézettebb műsor esetében sem haladja meg a 7 százalékot azok aránya, akik „ha tehetik, mindig megnézik” a szóban forgó adásokat.

A 6. faktor többségében olyan műsorokat foglal magába, amelyek a tájékoztatás és a szórakoztatás bizonyos elemeit laza, show-szerű formában vegyítik. A TV-Híradón és a Panorámán kívül olyan magazin-jellegű műsorok is idesorolódtak, mint az Ablak, a Parabola, sőt a dominánsan szórakoztató típusú Szeszélyes évszakok. A kvízjellegű Mindent vagy semmit pedig valószínűleg ugyancsak a heterogén jelleg, az ismeretterjesztés és szórakozta-

tás összekapcsolódása miatt sorolódik e típushoz. Újra felidézve a két politikai jellegű faktor tartalmát, végeredményben egy „könnyebb” és egy „komolyabb” tájékoztató műfaj műsorai különültek el egymástól a 6. és a 3. faktorban.

A 7. és a 8. faktor tartalmilag homogén műsorokat gyűjt egybe, az előbbi a kvíz-műsorok nagy részét, a 8. faktor pedig az – ugyancsak sajátos érdeklődési irányt képviselő – sportműsorokat.

További elemzéseink az előzőekben feltárt műsортípusok speciális közönségére irányulnak. Az előbbi faktorokon való pozíció alapján minden válaszadót egy-egy értékkel (faktorszakkórral) láttunk el, és regresszióanalízisek segítségével azt vizsgáltuk, hogy az alapvető társadalmi-demográfiai változók közül melyek határozzák meg az egyes faktorokon való magas vagy alacsony pozíciót, vagyis a faktorokhoz tartozó műsorok gyakori vagy ritka nézését (5. táblázat). Jelen elemzésben a vizsgált meghatározó tényezők sorába a legáltalánosabban alkalmazott társadalmi-demográfiai változókat vettük figyelembe. (A továbbiakban bővíteni kívánjuk majd a magyarázó változók körét, mindenekelőtt a kulturális tökefajtaának a kérdőívből leképezhető különböző indikátoraival, a média-eszközellátottság különböző mutatóival és a hírfogyasztás, tájékozódási irányultságok különböző jellemzőivel.)

5. táblázat

*Az egyes műsортípusoknál a magas pozíciót (a gyakori nézést) meghatározó tényezők
(műsортípus-pozíciók: faktorszakkórok; regresszióanalízis, béta-együtthatók)*

	Nem (+nő, -fi)	Életkor	Iskolai végzettség	Település- méret	Aktivitás	Családban élés	Anyagi szint	Szervezeti tagság	R ²
1. faktor: sorozat, („mesék”)	.23	.31	-.21	-.08	-.07	.08	-.03	-.03	31%
2. faktor: diskurzus	.12	-.05	.21	.09		.04	.04		9%
3. faktor: politika	.18	.30	.0			.11			15%
4. faktor: krimi, akció	-.03	-.37	-.16				-.04		15%
5. faktor: magaskult.	.12	.15	.13	.05		-.08			5%
6. faktor: magazininformáció	-.08	.21		.05	.04	.10	.03		7%
7. faktor: kvíz		.22	-.11	-.10	-.08				7%
8. faktor: sport	-.47	-.10	-.05				-.04		24%

Az 5. táblázat adatai szerint az 1. faktort különösen markánsan magyarázzák a bevont kemény változók. E családi, romantikus sorozatok iránt jellegzetesen az idősebb korosztályok tagjai és a nők vonzódnak, de ezen csoportokon belül is elsősorban az alacsonyabb képzettséggel rendelkezők. A családban élés pozitív szerepe mellett megállapítható, hogy szinte minden változón az alacsonyabb státuszhoz (rosszabb anyagi helyzet, inaktivitás, integrálatlanság, kistelepüléseken élés) kötődik e műsorok preferálása.

Bizonyos szempontból kontrasztos jellege miatt a következő helyen indokolt foglalkozni a „krimi, akció” típus nézettségét meghatározó tényezőkkel. Döntően a fiatal korosztályok tagjai vonzódnak e keményebb hangvételű sorozatokhoz. Jóllehet ezek a műso-

rok a közönségen belül inkább a férfiakat vonzzák, ez az eltérés már nem igazán pregnáns, jelezvén, hogy – főleg a fiatalabb korosztályon és az alacsonyabb iskolázottsági csoportokon belül – ma már a nők sem idegenkednek különösebben az ilyen típusú műsoroktól. Összességében e faktor magas értékei is az alacsony – iskolázottsági és anyagi – státuszokhoz kötődnek.

A politikai műsorok közönsége markáns vonalakkal határolódik külön. A férfiak e műsorokat a nőknél sokkal inkább nézik, és még nagyobb a korosztályok közti eltérés. Az idősebbekkel szemben a fiatalok e műsorok iránt alig mutatnak fogékonyságot. E tartalmakat is inkább a családostok és a szervezetekbe integráltak követik figyelemmel, és a magasabb iskolai végzettség is pozitívan hat e faktoron a magasabb értékek irányába.

A diskurzus-típusú adásokat egyértelműen a magasabb végzettségűek kedvelik, s e műsorok polgári-középosztálybeli közönségére utal a nagyvárosi jelleg és a kedvező anyagi helyzet jellemzője is. Az ilyen talk-show jellegű műsorok ugyanakkor főként a nőket vonzzák, és itt pozitív irányban hat a családosság tényezője. Kevésbé kézenfekvő ugyanakkor – és e műfaj divatos jellegére utal –, hogy a fiatalok közt kedveltebbek e műsorok (noha a fiatalabbak általában kevesebbet néznek tévét).

A magaskultúra műsorait a várakozásnak megfelelően inkább a magasabb végzettségűek keresik, és e műsorok nézettsége a városokban is nagyobb. E „komoly” műfajnak inkább az idősebb korosztályok és a nők körében van valamelyes bázisa. Sajátos ugyanakkor a családi helyzettel való összefüggés: inkább az egyedül élők (akik valószínűleg élénkebb kulturális-társasági életet élnek) követik figyelemmel e nívósabb tartalmakat.

A magazin-információ típusú műsorok közönsége a politikai műsorokéval mutat rokonságot. Elsősorban az idősebb korosztályok tagjai és a férfiak kedvelik e tartalmakat, és itt is fontos a családi kötődés szerepe. A városiasság és a magasabb anyagi szint e műsorok közönségének egyfajta középréteg-dominanciáját sejteti.

A kvízműsorokat elsősorban idősebb, alacsony iskolázottságú, inaktív nézők kedvelik, és a kisebb településeken is nagyobb figyelemmel követik, mint a városokban. A sportadások mindenekelőtt a férfiak kedvelt műsorai, az adatok szerint a nők meglehetősen tartózkodó attitűdöt mutatnak. Ugyanakkor a sport azon kevés műsортípus egyike, amelynél a fiatalok gyakoribb nézésről adnak számot, mint az idősebb korosztályok tagjai.

Az előzőekben a műsorok összekapcsolódási mintáiról volt szó, nem foglalkoztunk azonban a nézők sajátos csoportjaival a nézési minták szempontjából. A két megközelítés nem azonos. Például ugyanaz a személy aránylag több politikai műsort nézhet, mint egy másik, mégsem ez a preferencia jellemző rá, mert mondjuk a szórakoztató műsorokból viszonylag még többet néz. Egy másik – összességében keveset tévésző – néző pedig lehet, hogy aránylag keveset néz a politikai műsorokból is, az ő műsorfogyasztási szerkezetét mégis ez utóbbiak fogják dominálni. A nézői fogyasztási típusokra vonatkozó következő elemzések ez utóbbi szempontot teszik megragadhatóvá.

Az ilyen értelemben vett komplex nézői típusokat az előzetesen kidolgozott faktorok (illetve ezek szkórijai) alapján nem-hierarchikus klaszteranalízis segítségével határoltuk körül. A különböző lehetséges megoldások egybevetése után a még áttekinthető és jól értelmezhető ötklaszteres megoldást fogadtuk el (6. táblázat).

6. táblázat

Médiafogyasztási típusok: ötklaszteres tipológia (nem-hierarchikus klaszteranalízis)

	1. klaszter „politika- információ”	2. klaszter „könnyű szórak.” („szappan- opera”)	3. klaszter „kemény szórak. (feszültség)”	4. klaszter „átlagfo- gyasztói” („fősodor”)	5. klaszter „magas- kultúra”
1. faktor: sorozat, („mesék”)	-.31	.56	-.51	.28	-.16
2. faktor: diskurzus	-.09	-.36	-.30	.21	.15
3. faktor: politika	1.32	.26	-.51	-.22	-.18
4. faktor: krimi, akció	-.34	-.57	.48	-.04	-.39
5. faktor: magas- kultúra	.09	-.20	-.11	-.20	2.80
6. faktor: magazin- információ	.32	.31	.53	-.45	-.16
7. faktor: kvíz	-.40	1.35	.27	-.39	-.35
8. faktor: sport	.50	-.48	-.39	-.29	-.23
előfordulás:	14%	10%	27%	46%	3%

A néesség közel felét az az „átlagfogyasztó” (vagy „fősodor”) típus alkotja, amelynek nézői szokásaira a műsorfogyasztási preferenciák főárama, illetve a televíziós műsorszerkesztés prioritásai – gyakorlatilag a csúcsidős kínálat – nyomják rá bélyegüket. Ezen belül valamelyest az átlagoshoz képest is inkább keresik a legnépszerűbb, legmagasabb nézési indexekkel rendelkező szórakoztató sorozat-, illetve talkshow-jellegű műsorokat. A további négy típus közül is kettő kifejezetten szórakoztatásra orientált. A néesség mintegy egynegyedét alkotja az a főként a fiatalabb korosztályokból, férfiakból kikerülő típus, amelyik – az előbbtől némiképp eltérő módon – mindenekelőtt a feszültségcentrikus, keményebb szórakoztatást, a krimiket, akciófilmeket részesítik előnyben. Egy kisebb (főként idősebbekből, nőkől tevődő) csoport ugyanakkor az átlagosnál is inkább kedveli a könnyebb jellegű, olykor szentimentális, feszültségoldó műsorokat, sorozatokat, és ugyanők a kvízjellegű műsoroknak is odaadó nézői. A könnyű szórakoztatás kiemelése mellett esetükben talán nem félrevezető a „szappanopera” címke alkalmazása sem. A „magaskultúrának” elsősorban az idősebb korosztályokból, iskolázott nézőkből kikerülő bázisközönsége létszámát tekintve szűk, viszont határozott tartalmi jegyekkel, erős szelektivitással rendelkező csoport.

A politika-, illetve információ-orientált típus a néesség egyhatodát, egyhetedét – nem elhanyagolható részét – alkotja. A politikai műsorok kifejezetten intenzív igénybevétele mellett a magazin jellegű információs műsortípus fogyasztása is átlagon felüli e körben, és érdekességként jegyezhető meg, hogy ugyanők a sportműsoroknak is első számú fogyasztói közé tartoznak. Ez utóbbi jellegzetességre is sok tekintetben magyarázatot ad e közönségtípus sajátos összetétele. A „politika-tájékoztató” kiemelt szerepe mindenekelőtt a férfiakra jellemző. Emellett az életkor és az iskolai végzettség is markáns változó e típus körülhatárolásában. A szóbanforgó információ-centrikus nézői beállítódás főként az idősebb korosztályok iskolázottabb, illetve szervezetekbe, egyesületekbe beágyazottabb csoportjaira jellemző.

Ahogy az elmondottak is jelezték, a médiafogyasztási típusok strukturálódásában há-

rom tényezőnek: az életkornak, a nemnek és az iskolázottságnak kiemelkedő a szerepe. Ha a jellegtelen 'átlagfogyasztó' vagy 'fősodor' típustól eltekintünk, a további négy típust – diszkriminancia-analízis szerint – csak ez a három változó 55 százalékban magyarázza (7. táblázat).

7. táblázat

(A) Médiafogyasztási típusok iskolai végzettség szerint (százalékban)

	8 oszt.	szakm.	középisk.	diploma	össz.
klaszter					
„politika-információ”	10	12	15	27	14
„szappanopera”	15	9	6	4	10
„feszültség”	23	39	27	16	27
„fősodor”	50	39	49	45	46
„magaskultúra”	2	2	4	9	3
összesen	100	100	100	100	100

(B) Médiafogyasztási típusok nemek szerint (százalékban)

	férfi	nő	össz.
klaszter			
„politika-információ”	21	7	14
„szappanopera”	7	13	10
„feszültség”	37	17	27
„fősodor”	33	59	46
„magaskultúra”	1	4	3
összesen	100	100	100

(C) Médiafogyasztási típusok életkor szerint (százalékban)

	15–18	19–29	30–44	45–59	60– év	össz.
klaszter						
„politika-információ”	1	6	14	21	7	14
„szappanopera”	5	5	7	12	17	10
„feszültség”	50	43	31	19	9	27
„fősodor”	42	45	46	44	51	46
„magaskultúra”	1	1	2	4	5	3
összesen	100	100	100	100	100	100

A szóbanforgó három tényező szerinti keresztbontásokból érdemes először kiemelni az életkor szerinti adatokat. A legfiatalabb korcsoportok tagjainak műsorfogyasztása szinte csaknem teljesen eltérő az idősebbekétől (lásd a „feszültség” típust mindenekelőtt, s ennek ellentettjeiként a „szappanoperát”, valamint – ellenkező előjellel – a két „komoly” típust, a politikai-információt és a magaskultúra-centrikust, ahol a fiatalabb korcsoportok elvétve is alig fordulnak elő).

8. táblázat

Milyen tévéműsorokat szeret leginkább? (a típusok önbesorolása százalékban)

	pol.-inf.	szappan- opera	feszültség	fősodor	magas kult.	össz.
szórakoztató, kikapcsoló	61	81	87	85	49	81
politikai, közéleti	18	6	2	2	3	5
kulturális műsorok	5	3	2	4	29	4
amiből tanulni lehet	16	10	10	9	14	10
összesen	100	100	100	100	100	100

A 8. táblázat a kérdezetteknek a tévézési motívumokkal kapcsolatos önbesorolását veti egybe a tipológiai elemzés eredményeivel. A szóbanforgó kérdés azt tudakolta, hogy a nézők milyen fajta műsorokat keresnek, kedvelnek elsősorban a televízióban. Az adatok szerint valóban elmondható, hogy az informatív és a magaskulturális orientáció képviselői a másik három típusnál jóval nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a szórakozáson, kikapcsolódáson kívüli motívumoknak; igaz, az is megállapítható, hogy még náluk is erősen hangsúlyos a tévézés e domináns funkciója. Végeredményben az öt típuson belül három „könnyebb”, kifejezetten szórakoztatás-kikapcsolódás-orientált csoporttal (2., 3., 4.) – elsősorban róluk beszélhetünk minden fenntartás nélkül mint médiafogyasztókról –, és emellett két komolyabb orientációval jellemezhető válfajjal (1. és 5.) van dolgunk. Ennek alapján is indokoltnak tűnik egy további, globálisabb – és egészen könnyen áttekinthető – tipológia alkalmazása, ahol az előbbi három és az utóbbi két típust vonjuk össze. A 9. táblázat e globális típusok iskolai végzettség és életkor szerinti bontásait mutatják be.

9. táblázat

(A) Globális médiafogyasztási típusok életkor szerint (százalékban)

	15–18	19–29	30–44	45–59	60– év	összesen
„könnyű”	97	93	84	75	77	83
„komoly”	3	7	16	25	23	17
összesen	100	100	100	100	100	100

(B) Globális médiafogyasztási típusok iskolai végzettség szerint (százalékban)

	8 oszt.	szakm.	középisk.	dipl.	összesen
„könnyű”	88	86	82	64	83
„komoly”	12	14	18	36	17
összesen	100	100	100	100	100

Ahogy várható, a „komoly” orientáció a képzettségi szint emelkedésével általánosabbá válik. Azonban feltétlenül említést érdemel, hogy még a diplomások között is a tévénézők közel kétharmada inkább a szórakozás-kikapcsolódás blokkhoz sorolható. Ugyancsak nem tekinthető magától értetődőnek e tekintetben az életkori, illetve generációs csoportok közti éles választóvonal. (Míg az idősebb korosztályok közel egynegyede – legalább részben – a komolyabb műfajú tartalmak iránt orientálódik, a legfiatalabbaknál – sőt 30 év alatt is – szinte csak kivételképpen fordul elő az ilyenfajta érdeklődés.)

Felvetődik a kérdés, hogy az életkor szerinti markáns eltérések mennyiben tulajdoníthatók közvetlenül életkori, életciklus-beli sajátosságoknak, és mennyiben tekinthetők generációs, kohorsz-specifikus, esetleg (történeti) periódussal összefüggő tényezők lecsapódásának. Keresztmetszeti jellegű vizsgálatok alapján – mint amilyenrel jelen esetben is dolgunk van – ezek a sok tekintetben átfedő mozzanatok nem választhatók szét egyértelműen. A tapasztalatok alapján egyértelmű a kifejezetten életkori tényező szerepe; szinte közhelyszerű, hogy a fiatalok általában véve fogékonyabbak a szabadidő-központú, szórakoztató tartalmak iránt. Az eltérések mértéke azonban magában is azt sugallja, hogy esetükben feltehetően ezen túlmenő, a sajátos kulturális kontextussal összefüggő befolyásokkal is dolgunk van. Ahogy korábban többször utaltunk rá, a médiaszféra fokozatos kommercializálódásával összefüggésben az elmúlt évtizedben jelentős eltolódás volt megfigyelhető a médiatartalmakban a népszerű szórakoztatás irányában. Az ekkor felnövekedett nemzedék már e megváltozott szimbolikus környezetben szocializálódott, és ez valószínűleg erősítette az egyébként is meglévő életkori-szubkulturális tendenciákat.

GENERÁCIÓS SZAKADÉKOK. A MÉDIAJÖVŐ ELŐJELE?

A felnövekvő nemzedékre vonatkozó ez utóbbi megállapítások különös hangsúllyal vetik fel a médiafogyasztás jövőbeli profiljának, további jellegváltozásának kérdéseit. Érdemes e tekintetben a tévézésen túlmenően is érinteni a vizsgálatoknak az életkori eltérésekkel kapcsolatos néhány idevágó megállapítását.

A kereskedelmi médiastruktúra felé eltolódással összefüggésben indokolt az 1996. végi (MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport által végzett) vizsgálatból kiemelni a rádiózással kapcsolatos adatokat. Ismeretes, hogy a rádiózás Magyarországon az elmúlt években a televízióhoz képest nagyobb (illetve egyértelműbb) lépéseket tett meg a kereskedelmi profil irányába. Még az állami rádió is bevezette a maga kereskedelmi csatornáit, s emellett kifejezett magánadó – mint a Juventus – is megjelentek a piacon. A 10. táblázat egyfelől a két tradicionális főadó (a Kossuth és a Petőfi), másfelől a két legbevezetettebb, leghallgatottabb kereskedelmi adó, a Danubius és a Juventus rádió (legalább heti) hallgatottságát tekinti át a korcsoportok szerint.

10. táblázat

Rádióadók legalább hetenkénti hallgatása – életkor szerint (százalékban)

	18–29	30–44	45–59	60– év	felnőtt népesség
Kossuth	17	43	64	79	52
Petőfi	20	44	52	59	45
Danubius	48	38	27	11	30
Juventus	54	40	25	8	31

A tendencia teljesen egyértelmű, és szinte hihetetlenül erőteljes. Míg az idősebb (főleg a 60 éven) felüliek a Kossuthon és a Petőfin kívül szinte semmi mást nem hallgatnak, a fordítottja

áll a legfiatalabb korcsoportokra, akik az előbbi adókat alig, és szinte kizárólag a zenét, csevegést, könnyed információt nyújtó kereskedelmi adókat veszik igénybe. Az adatok teljesen egyértelműen jeleznek életkori-generációs határokat, mondhatni „életkori-generációs osztályokra” utaló tendenciákat a kulturális-kommunikációs rétegződés e területén.

Az elektronikus médián, így a rádiózáson is túltekintve, érdemes továbbá az új kommunikációs technikákra is pillantást vetni ebből a dinamikus megközelítésből. A 11. táblázat a készülék- (illetve televíziósmonitor-) használat olyan újabb lehetőségeit tekinti át az életkori-generációs perspektíva szerint, mint az időnkénti videózás, a számítógép (munkavégzésre vagy játékra, szórakozásra való) alkalmazása, továbbá ennek is legmodernebb, már az új információs társadalom felé vezető formája, az Internet használata. A generációs különbség itt is rendkívül erőteljes, ha ez esetben ez bizonyos fokig természetes is, mivel – például az Internet esetében – egy diffúziós folyamat kezdeti fázisának szükségszerű meg nyilvánulásáról van szó.

11. táblázat

Új kommunikációs technikák használata életkor szerint (százalékban)

	18–29	30–44	45–59	60– év	felnőtt népesség
videózás (legalább heti)	43	33	13	5	23
számítógéphasználat	47	37	21	2	25
az Internet használata	11	3	2	0	4

Hogy melyik lehet jellemzőbb a fent jelzett különféle generációs tendenciák – tehát a fiatal korosztályok médiafogyasztásának jellegbeli, tartalmi beszűkülése, illetve az új kommunikációs technológiák birtokbavétele, a hagyományos értelemben vett tömegkommunikáció tulajdonképpeni lebontása, s egy „új információs társadalom” felé való átmenet – közül, ez ma még nyitott kérdésnek tűnik. Ami azonban ma is határozottan kijelenthető, az az, hogy az elmúlt évtizedben tovább nőtt a média, s ezen belül a televízió szerepe az emberek életében, időfelhasználásában. S ha már korábban is a média volt az – akármilyen szintű – kultúra első számú közvetítője (sőt sok tekintetben a kulturális értékek generálójának szerepét is betöltötte), ez a felelősség nem csökken, hanem az elmondottak miatt csak nő a következő években. Azonban az a tény, hogy az emberek egyre több időt töltenek az elektronikus médiával, rendelkezésre álló idejük egyre nagyobb része kötődik mindenekelőtt a televízióhoz, korántsem jelent automatikusan kedvező előfeltételt a kulturális funkció betöltése szempontjából. A jelenlegi tendenciák alapján erősen fenyeget az a veszély, hogy a kultúra „rezervátummá” válik a kommersz műsorfolyam özönében. E kihívással szemben talán az jellemezhető a legfőbb esélyt, ha a „közzszolgálati” média valóban közzszolgálativá válik.

JEGYZETEK

¹ A vizsgálatra a Magyarország kulturális állapota projekt keretében az MTA Szociológiai Intézetével együttműködésben került sor. Az alapul szolgáló kutatási eredmények a Szonda Ipsos 1996. nyári 3000 fős, illetve az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport 1996. végi 1000 fős országos reprezentatív felvételeiből valók.

² Norvégiában 1991-ben a férfiak napi 98, a nők 75 percet televízióztak átlagosan. Dániában (1987) ezek az értékek 92 és 83, Finnországban (1987) 107 és 86, Svédországban (1985) 106 és 90 perc voltak. A lényegesen többet televíziózó angolszász országok közül az Egyesült Államokban 1985-ban a férfiak napi átlagban 141, a nők 129 percet néztek, Angliában (1987) is hasonlóak voltak ezek az értékek 145, illetve 122 perccel, és Kanadában (1986: 137 és 109), valamint Ausztráliában (1987: 123 és 112) is jóval magasabb nézési adatokat regisztráltak a skandináv országokhoz képest.

A két országcsoport közti eltérés a tévézésnek a szabadidőn belüli súlyát tekintve is markáns. A skandináv országokban a szóban forgó arányok a férfiaknál 24 és 34, a nőknél 23 és 30 százalék közt mozogtak. Az angolszász országokban a hasonló adatok 40–49, illetve 37–44 százalék voltak.

³ Lásd ezekről Angelusz–Tardos (1995).

IRODALOM

Angelusz R. – Révész K. (1985) Három hét a képernyő előtt. Bp. Tömegkommunikációs Kutatóközpont. Tanulmányok – Beszámolók – Jelentések.

Angelusz R. – Tardos R. (1995) Demokratikus kommunikáció és közszolgáltatóság. Az állami médiától a C-SPAN-ig. In: Terestyéni T. (szerk.) *Közszolgáltatóság a médiában*. Budapest, Osiris – MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.

Blumler, J. G. – Katz, E. (1974) The Uses of Mass Communications. In: Blumler – Katz (eds.) *Current Perspectives in Gratifications Research*. Beverly Hills – London, Sage.

De Fleur, M. L. (1966) *Theories of Mass Communication*. New York, McKay.

Falussy B. (1996) A jövedelemszerző munka és a szabadidő-felhasználás változásai, rétegtkülönbségei – hazai és külföldi időmérlegek alapján. Kézirat. Budapest: KSH.

Fritz T. (1988 szerk.) *Kommunikációs jövőképek*. Budapest, Tömegkommunikációs Kutatóközpont: Tanulmányok – Beszámolók – Jelentések.

Gerbner, G. (1977) Comparative Cultural Indicators. In: Gerbner, G. (ed.) *Mass Media Politics in Changing Cultures*. New York, Wiley.

Lazarsfeld, P. F. – Merton, R. K. (1948) Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action. Repr. in: Schramm, W. (ed.) *Mass Communication*. Urbana, Univ. of Illinois Press, 1960.

Lazarsfeld, P. et al. (1932) *Die Arbeitslosen von Marienthal*. Leipzig, Hirzel.

Rosengren, K. E. (1985) Growth of a Research Tradition. Some Concluding Remarks. In: Rosengren et al. (eds.) *Media Gratification Research: Current Perspectives*. Beverly Hills, Sage.

Tomka M. (1972) A televízió Nyitott Könyv c. műsora és a könyvforgalom. Budapest, Tömegkommunikációs Kutatóközpont: Tanulmányok.

Tomka M. (1978) *A tévézés és a rádióhallgatás a napi tevékenységek rendszerében*. Budapest, Tömegkommunikációs Kutatóközpont: Szakkönyvtár.

Zelenay A. (1996) A televíziós közönségkutatás empirikus eszközei: A rating. Budapest, AGB-Hungary.

Rudas János – Szamos Erzsébet

KRÓNIKÁK ÉS HÍRADÁSOK: EGY TARTALOMELEMZÉS TANULSÁGAI*

Bevezetés

A Bar Kochba Intézet 1997 augusztusában tartalomelemzést készített a Kossuth rádió június 23. és július 6. között sugárzott egyes tájékoztatói és hírműsorairól. E munka – más intézmények hasonló irányú és módszerű tevékenységének figyelembevételével – lehetőséget adott a kutatóknak egy olyan elemzési szempontrendszer kialakítására, amely már tekintettel lehet a médiatörvényt követő elképzelésekre is.

1997 őszén a Bar Kochba Intézet új megbízást kapott a Magyar Rádió Rt. műsorigazgatójától egy, a korábbihoz hasonló, ámde annak szempontrendszerét továbbfejlesztő tartalomelemzés előkészítésére. A kutatók – saját megfontolásaik és a műsorkészítőktől kapott kritikai észrevételek alapján – új, bár változatlanul a szisztematikus tartalomelemzésre (systematic content analysis) épülő metodikát dolgoztak ki.

A tartalomelemzés tárgya az 1997. november 10. és november 23. közötti két műsorhét volt. Ezen belül a Reggeli krónika (hétfőtől péntekig 4.30 és 9.00 óra között, szombaton 4.30 és 8.05 óra között), a Déli krónika (hétfőtől péntekig 12.00 és 12.40 óra között, szombaton 12.00 és 12.30 óra között, vasárnap 12.00 és 12.25 óra között), az Esti krónika (hétfőtől péntekig 18.00 és 19.00 óra között, szombaton és vasárnap 18.00 és 18.20 óra között) és a Késő esti krónika (hétfőtől péntekig 22.00 és 22.30 óra között, szombaton és vasárnap 22.00 és 22.20 óra között); valamint a híradások, amelyek a fenti négy krónikán és a nem vizsgált Délutáni krónikán kívül a Kossuth rádió műsoridején belül minden órában jelentkeznek, mintegy 2-5 percben.

Az egyöntetűség és az összehasonlíthatóság érdekében a tartalomelemzés alapegységének a *közlési egységet (műsoregységet)* tekintettük, vagyis az egy-egy téma köré szerveződő közléssort (például néhány mondatos hírt, egy-egy riportot, összeállítást, interjút, tudósítást, kommentárt, ismertetést stb.).

* A kutatás előkészítésében és lebonyolításában részt vett Barcy Magdolna és Diósi Pál. Ezúton is köszönetet mondunk Both Balázsnak, Dancs Erikának, Koltai Ritának és Szamos Eszternek, akik a teljes anyagot kódolták, Molnár Istvánnak és munkatársainak, akik az adatokat rögzítették és a feldolgozást előkészítették, valamint Nagy Mariannak, aki a jelen tanulmányt gépelte és megszerkesztette. Külön köszönet illeti Bedő Ivánt a kutatási program és módszertan kidolgozása során tett kritikai megjegyzéseirért.

A híradásokon belül elemeztünk minden hírt, de figyelmen kívül hagytuk az időjárási, sport-, közlekedési és nem hírjellegű (például információt arról, hogy egy színházi előadás elmarad) közleményeket.

A reggeli krónikáknál elemeztük a minden órákor jelentkező krónikablokkot, az óra harminckor jelentkező híreket, a Zöld hírek és a Gyorsfénykép a kultúráról elnevezésű blokkokat (pontosabban mindezek műsoregységeit), valamint a zene közben elhangzó egyéb anyagokat (riportok, tudósítások stb.). Figyelmen kívül hagytuk mindazt, amit a híradásokban is; valamint a következő blokkokat: Mindennapi tudomány, Paragrafus, Műsorszemle, Határok nélkül ismétlése, Falurádió. Nem foglalkoztunk a zenei műsorszámokkal sem.

A Déli és Esti krónikáknál a Mindennapi gazdaság és a Háttér című blokkok műsoregységeit is elemeztük. Ezeknél és a Késő esti krónikáknál mindazt figyelmen kívül hagytuk, amit már említettünk. A Késő esti krónika november 16-ikai népszavazási különkiadását nem kódoltuk a kvantitatív adatok indokolatlan torzulásának elkerülése érdekében. Nem volt elemzés témája semmilyen reklám.

A vizsgált krónikaműsorok magnószalagon, a híradások leírva álltak rendelkezésünkre. Ez volt a kvantitatív adatokká történő átalakítás, a kódolás forrása. A kódolt adatokat mágneslemezen rögzítettük, majd számítógépen különböző programok segítségével feldolgoztuk. Az információ egy részét kiegészítő módszerekkel vizsgáltuk.

Végsősoron összesen 2966 közlési egységet elemeztünk. Ezen belül a híradásokban 1120, a Reggeli krónikákban 1003, a Déli krónikákban 307, az Esti krónikákban 303, a Késő esti krónikákban 233 műsoregység volt.

NÉHÁNY MŰSORSZERKEZETI KÉRDÉS

A vizsgált tájékoztatási és hírműsorokkal kapcsolatban néhány olyan kérdést elemeztünk – a tematikus és tartalmi összefüggések mellett –, amelyek a műsorfajtákkal, a krónikán belüli műfajokkal, a hírszmélésekkel kapcsolatosak.

A kódrendszer kialakításánál azon voltunk, hogy számos szempontból egyformán elemezzük a híradásokat és a négy krónikát. (Nyilvánvaló ugyanis, hogy például a külföldi témáknál, a politikai szereplőknél vagy a pártok előfordulásánál stb. nincs értelme különbséget tenni a műsorfajták között.) Mégis: azt is jónak láttuk, hogy öt kérdést csak a krónikáknál, három kérdést csak a híradásoknál vizsgáljunk.

Krónikák

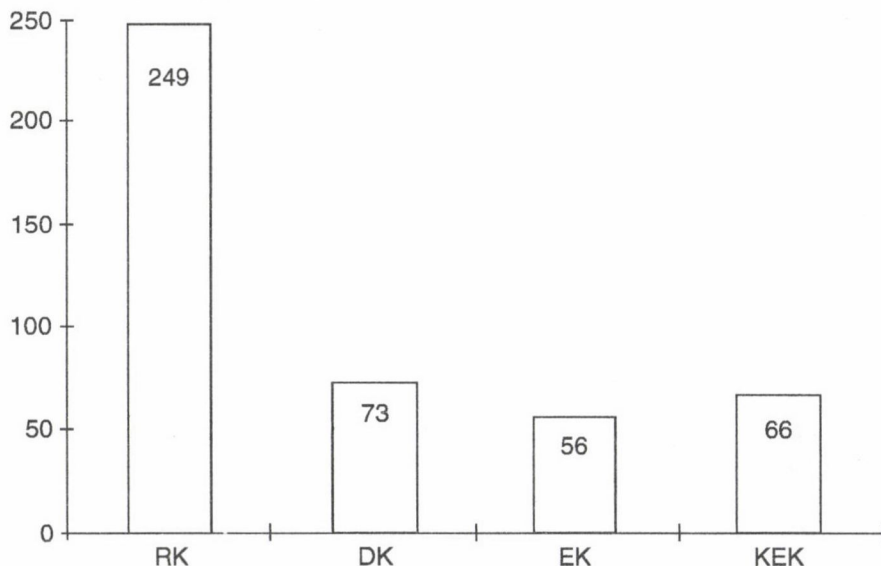
Csak a krónikáknál elemezhetjük az előzetes összefoglalót (szakzsargonban: a headline-t), a műsorvezetői felvezetést, az újságírói műfajokat, valamint az elhangzás alapján mért időtartamot.

Az elemzett 2966 közlési egység háromötöde (1785 egység) olyan híradás vagy műsorblokk keretében hangzott el, amely előtt – műfaji okokból – eleve nem volt headline. A fennmaradó kétötödnek (1181 egység) a 37,6 százaléka (440 egység, vagyis szintén csaknem kétötöde) volt olyan, amely bekerült az adott műsorblokk headline-jába.

Az 1. ábra meglehetősen egyértelműen mutatja, hogy abszolút értékben a Reggeli krónika headline-mennyisége többszöröse bármelyik másik krónikáénak. Ez nyilvánvalóan abból ered, hogy reggel négy „órás” krónikablokkot hallhatunk (szombaton háromat) külön-külön headline-nal, a többi három krónika viszont homogén műsorként szerepel, egy-egy headline-nal.

1. ábra

A headline-ban szereplő egységek a négy krónikában (gyakoriság, $N = 444$)



(Itt és a továbbiakban RK = Reggeli krónika, DK = Déli krónika, EK = Esti krónika, KEK = Késő esti krónika.)

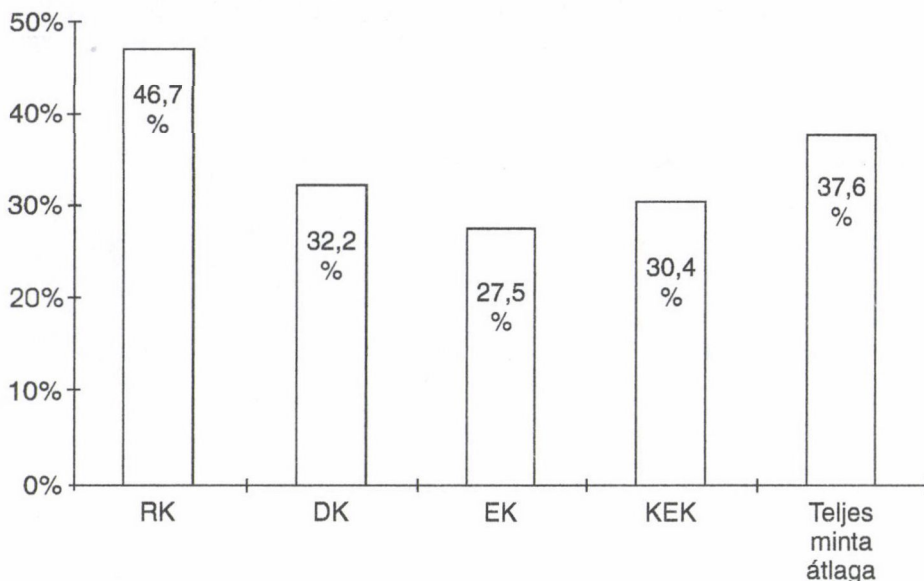
Ha viszont a saját műfajon belüli közlési egységekhez viszonyított százalékos gyakoriságokat nézzük (2. ábra), akkor azt látjuk, hogy már korántsem olyan nagyok az eltérések, mint az abszolút értékeknél. Érthetően a Reggeli krónika tér el fölfelé, a többi lefelé az átlagtól, ám sokkal tompítottabban. Ezt a jelenséget azzal magyarázhatjuk, hogy a headline-ba kerülő közlések mennyisége meglehetősen stabil, feltehetően valamilyen íratlan szerkesztői konvenció által szabályozott, és csak csekély mértékben függ az adott krónikán belül elhangzó közlések mennyiségétől.

A headline-ba kerülést összevetettük az esemény helyszínéről és magyar vonatkozásáról szóló szempontunkkal. Eszerint a headline-ban szereplő közlések aránya három fő tartalmi kategórián belül a következő:

belföldi helyszín	37,7%
külföldi helyszín magyar vonatkozással	34,3%
külföldi helyszín magyar vonatkozás nélkül	39,5%
teljes minta átlaga	37,7%

2. ábra

A headline-ban szereplő egységek a négy krónikában (N = 1181)



Ezek az adatok azt mutatják, hogy nincs a véletlen elosztáson túlmutató (szignifikáns) eltérés aszerint, hogy milyen helyszínról és vonatkozású közlés kerül vagy nem kerül be a headline-ba.

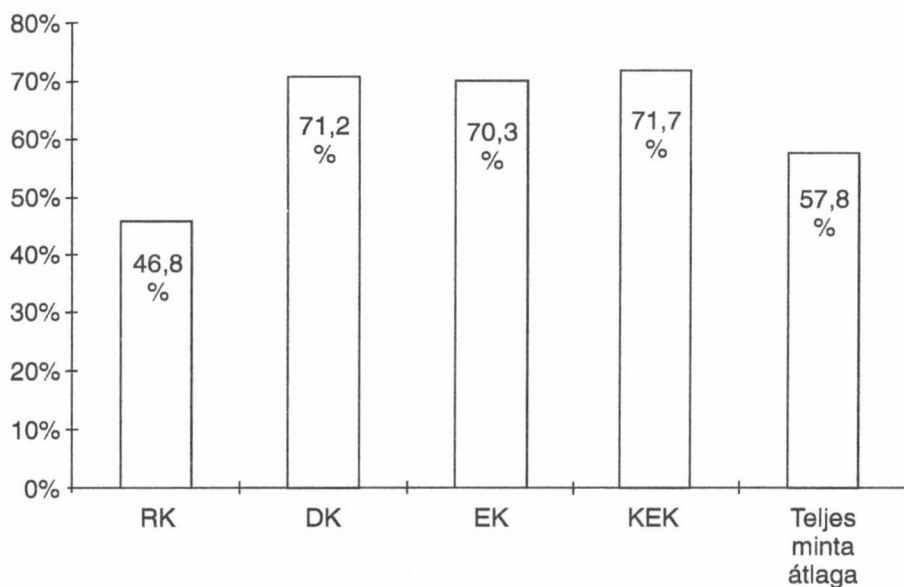
Ami a műsorvezetők előzetes „ajánlását”, saját beharangozó szövegét, az úgynevezett felvezetést illeti, a krónikákon belüli 1843 közlési egység 57,9 százalékánál (vagyis csaknem háromötödükénél) találunk ilyet. Ez a magas arány számunkra azt mutatja, hogy a krónikákban jelentős szerepe van a műsorvezetőknek, fontosságuk adatszerűen is megjelenik.

Árnyalja a képet az, amit a 3. ábrán láthatunk. Eszerint a Reggeli krónikában az átlagosnál jóval kevesebb, a többi krónikában jóval több a közlések előtti műsorvezetői felvezetés. Megítélésünk szerint ez csak részben magyarázható a felolvasott hírek különböző arányával (amelyek előtt nincs felvezetés). Valószínűleg arról is szó van, hogy a Déli, Esti, és Késő esti krónikáknál a műsor feszessége, a zene és a belső reklámblokkok hiánya miatt más a műsorvezető szerepe, mint a sokkal lazább és többórás Reggeli krónikánál. Más a koncentráció foka és más a munka-pihenés rezsim aránya.

(Csak zárójelben tesszük föl a kérdést: miért természetes a kereskedelmi rádióadónál, hogy a Reggeli krónikához hasonló szerkezetű műsorfolyamokat a műsorvezetők lemezlovas-szerűen szinte végigbeszélik? Nem nekünk kell eldönteni, hogy érdemes lenne-e a Reggeli krónikában az utóbbiak gyakorlatához közelíteni, vagy ellenkezőleg: ajánlatos megtartani a jelenlegi, jó értelemben vett konzervatív stílust.)

3. ábra

Műsorvezetői felvezetés a négy krónikában (N = 1843)



n = 1001 n = 306 n = 303 n = 233

Vizsgáltuk a felvezetés jellegét, stílusát is. A besorolások részben a kódolók szubjektivitását tükrözik, de azért tendenciájukban tárgyyszerűnek tűnnek. A felvezetések (n = 1075) a következőképpen oszlanak meg százalékban:

tárgyszerű megnevezés (téma, kommunikátor, illetve szereplő neve, státusza)	68,0
háttérre utalás, a téma indoklása (időszersőség, évforduló, társadalmi probléma stb.)	23,4
a műsorvezető értékelő véleményét fejezi ki (tartalmi indoklás, érvelés, minősítés stb.)	2,6
ironikus, szarkasztikus, gunyoros megjegyzés	0,9
több a fentiekből	5,0
összesen	100,0

Nem a kutatók illetékessége, hogy eldöntsék: megfelelő-e a tárgyyszerű és az indokoló felvezetések ilyen aránya, bár mintha az előbbieket túlzott mértékben lennének jelen a krónikákban. Az azért feltűnő, hogy igen ritkán hallhatjuk a műsorvezető véleményét, noha ez, elkülönítve a hírszerű közlésektől, riportoktól stb. nem sértene a médiatörvényt vagy az arra épülő szabályokat. Különösen feltűnő, hogy mennyire elenyésző (két hét alatt összesen 10 eset) az ironikus, a mindennapok komolyságát és komorságát humorral oldó műsorvezetői megnyilvánulás.

A krónikákon belül az egyes zsurnalisztikai műfajokat is elkülönítettük. Mielőtt ezek megoszlását bemutatnánk, azért egy másik adatra hívjuk föl a figyelmet. Ha összeadjuk a krónikákon belül fölolvasott hírek számát (992) és a híradásokban elhangzott hírek számát

(1123), akkor megállapíthatjuk, hogy ez a 2115 közlési egység az összes elemzett közlési egységnek (2966) a 71,3 százaléka. Vagyis a vizsgált tájékoztató és hírműsorokban elhangzott közlések csaknem háromnegyede felolvasott hír.

Ezek után lássuk a krónikákon belüli műfaji megoszlást (százalékban, $n = 1843$):

felolvasott hír	53,8
riport, összeállítás (legalább két riportalany)	3,7
tudósítás	32,2
interjú (magnós, telefonos, stúdió-)	6,0
kommentár, hírmagyarázat, háttéranyag	3,4
ismertető, kritika	0,5
nem besorolható	0,3
összesen	100,0

Ebből az adatsorból egyet kívánunk kiemelni: a tudósítások meglehetősen nagy számát. Ha nem számítjuk a felolvasott híreket, akkor a par excellence újságírói műfajú közlések csaknem 70 százaléka tudósítás.

Nem szeretnénk a további részadatokban elveszni, ezért csak hivatkozhatunk arra, hogy az átlagosnál kevesebb tudósítás (és több felolvasott hír) fordul elő a Reggeli krónikában, míg az átlagosnál több tudósítás (és kevesebb felolvasott hír) a másik három krónikában.

A 4. ábra azt látszik tanúsítani, hogy a riport, az interjú és a kommentár műfajában a belföldi helyszínű közlések uralkodnak; a tudósítások között nagyobb arányban szerepelnek a külföldi magyar vonatkozású közlések; a felolvasott hírek között pedig a külföldi, ám magyar vonatkozás nélküli közlések vannak túlsúlyban. Más szavakkal: mind a három helyszín/vonatkozás kategóriának megvan(nak) a saját preferált műfaja(i).

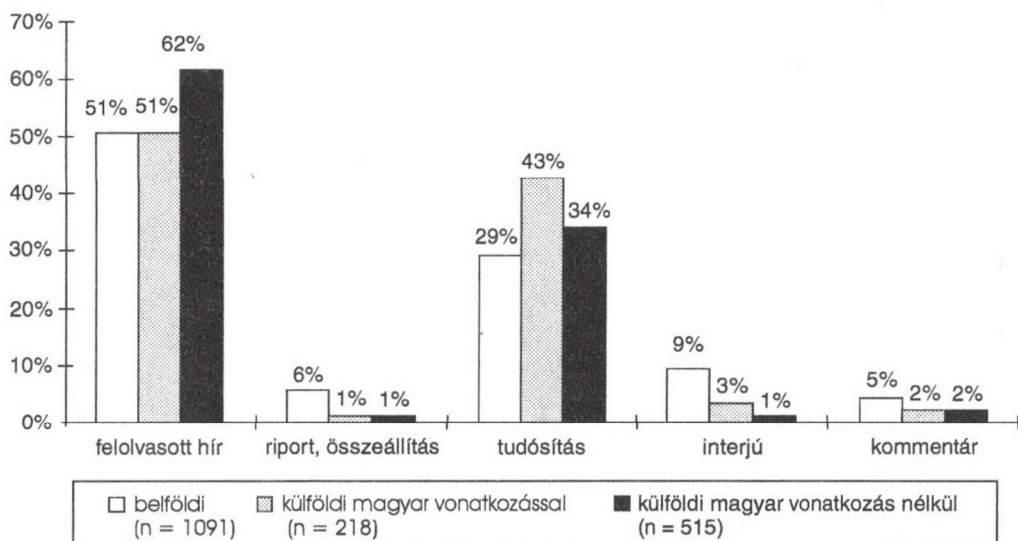
A krónikákkal kapcsolatban végül közöljük a vizsgált közlési egységek időadatait. Ezek – a négy krónika szerint kiszámítva – a következők:

	átlag (mp)
Reggeli krónika ($n = 1001$)	66,7
Déli krónika ($n = 307$)	64,4
Esti krónika ($n = 303$)	94,0
Késő esti krónika ($n = 233$)	72,0
Krónikák együtt ($N = 1845$)	71,5

Amint látjuk, a legrövidebb és legkevesbé szóródó (vagyis meglehetősen hasonló időtartamú) közlések a Déli krónikára jellemzőek. A reggeli műsoregységek is eléggé rövidek, de nagyon szóródnak (vagyis sok rövid és sok hosszú egység adja az átlagot). Az Esti krónika közlési egységeinek időtartama a leghosszabb, ugyanakkor itt is nagyon nagy a szóródás. A Késő esti krónika közepes méretű egységekből áll s ezek szóródása is közepes.

4. ábra

Helyszínek és vonatkozások megoszlása műfajok szerint (N = 1824)



Más szavakkal azt mondhatjuk, hogy a Déli és a Késő esti krónika meglehetősen feszesen szerkesztett, míg az Esti krónikára a nagyobb ingadozás, a feszesség hiánya jellemző. A Reggeli krónikánál az ilyen adatok főképpen a felolvasott hírek–egyéb műfajok arányára vezethetők vissza.

Híradások

Alapjában egy kérdéskört vizsgáltunk az önállóan jelentkező (krónikákon kívüli) híradásoknál: az ismétlést. Mindenekelőtt azt regisztráltuk, hogy az adott közlési egység hányadszor hangzott el a megfigyelés pillanatában (vagyis hogy mely közlések azok, amelyek nem, s melyek azok, amelyek elhangzanak egynél többször).

Adataink a következők (százalékban, n = 1124):

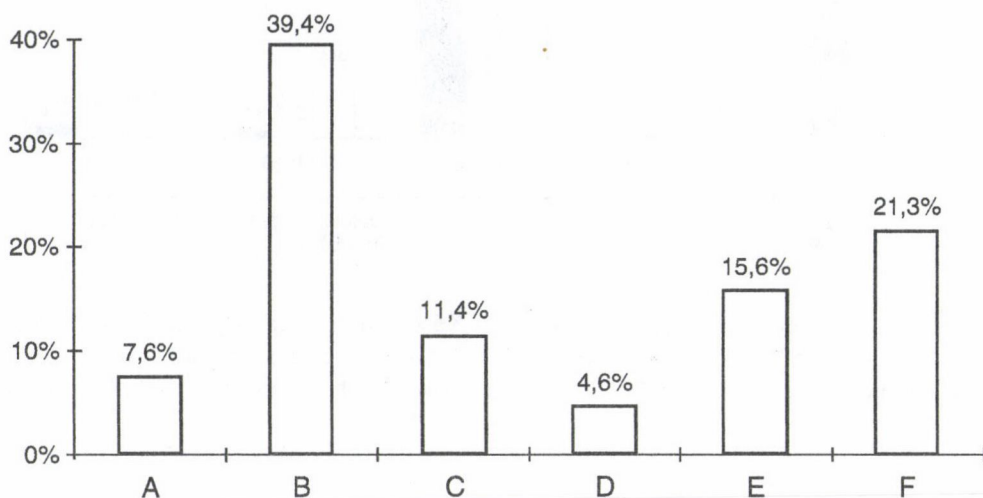
először hangzik el	48,2
másodszor hangzik el	29,6
harmadszor hangzik el	14,3
negyedszer hangzik el	4,5
ötödször vagy többször hangzik el	3,3
összesen	100,0

Eszerint a híregységek csaknem felét többször nem hallhatjuk újra. Csaknem 30 százalékat kétszer és valamivel több, mint egyötödüket többször hallhatjuk. (Mivel módszertani okok miatt csak az önálló híradásokat vizsgálhattuk ebből a szempontból, azt valószínűsítjük, hogy a krónikák belső hírei miatt az ismétlések száma a fenti adatoknál nagyobb.)

Az 5. ábrán azt ábrázoljuk, hogy milyen irányban mozdultak el (azaz elmozdultak-e egyáltalán) az első alkalommal megismételt hírek. Nem kívánunk a hírszerkesztők helyett következtetéseket levonni, egy figyelemre méltó mozzanatot azért kiemelnénk. Ha összeadjuk az első helyen volt, maradt vagy odakerült közléseket ($A+C+D = 23,6\%$), valamint az első helyen nem volt és oda nem is került közléseket ($B+E+F = 76,3\%$), akkor azt látjuk, hogy az előbbi összeg az ismételt hírek alig egynegyede, az utóbbi pedig több mint háromnegyede. Más szavakkal azt mondhatjuk, hogy a híradások háromszor annyi „második vonalas” hírt ismételnek, mint amennyi egyébként fontosnak tartott és ezért „vezető” hírt.

5. ábra

A híradási egység helye a blokkban a második elhangzásnál ($N = 525$)



A = első volt és hátrább került

B = nem volt első és még hátrább került

C = első volt és maradt

D = nem volt első és első lett

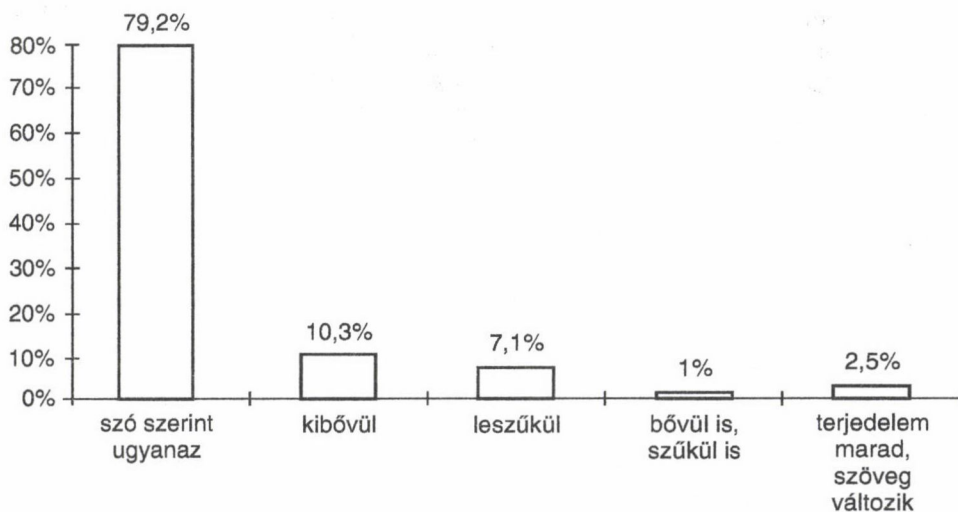
E = előbbre került, de nem az első helyre

F = nem volt első és a helyén maradt

A 6. ábrával azt kívánjuk bemutatni, hogy a megismételt hírek változtak-e az első elhangzáshoz képest, s ha igen, hogyan. Eléggé egyértelmű, hogy négyötödük szó szerint ugyanúgy hangzott el, mint először, s csak egyötödük esett át némi átfogalmazáson.

6. ábra

Az ismétlés jellege a második elhangzásnál ($N = 524$)



BELFÖLDI HELYSZÍNŰ ÉS TÁRGYÚ KÖZLÉSEK

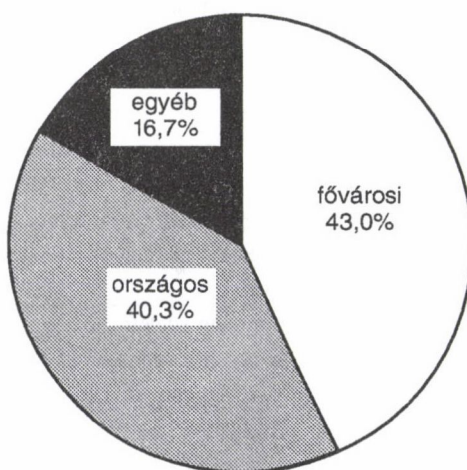
Az összes közlésben elhangzott esemény 54,8 százaléka belföldön történt. Megvizsgáltuk, hogy milyen a helyhez kötődő jelleg (lokalitás) a belföldi tárgyú közlésekben. Az eredményt a 7. ábra szemlélteti.

7. ábra

Belföldi tárgyú közlések lokalitása ($N = 1620$)

Egyéb:

Nyugat-magyarországi	3,5
(Győr-Moson-Sopron, Vas, Zala, Veszprém, Fejér),	
Észak-magyarországi	4,6
(Borsod-Abaúj-Zemplén, Heves, Komárom-Esztergom, Nógrád, Pest)	
Kelet-magyarországi	2,1
(Jász-Nagykun-Szolnok, Hajdú-Bihar, Békés, Szabolcs-Szatmár-Bereg),	
Dél-magyarországi	5,3
(Bács-Kiskun, Somogy, Csongrád, Baranya, Tolna)	
Kettő vagy több a fentiekből	1,2
Összesen	16,7



Egyértelműen a budapesti érvényességű események dominanciája derül ki más régiókhoz képest. A 7. ábrából azt látjuk, hogy a budapesti és az országos érvényű események messze gyakoribbak a rádió közléseiben, mint a fővároson kívüli, helyi történések. Mindkét kiugró érték következhet a NATO-csatlakozásról szóló népszavazásból és az ehhez fűződő történetekből, ám Budapest ilyen arányú túlreprezentáltságát semmi sem indokolhatja. Köztudott, hogy a főváros lakossága mintegy ötöde az ország lakosságának, a szűk pátria publicitása viszont majdnem háromszorosa a többi megyéről szóló tájékoztatásnak.

A belföldi tárgyú közlések témái

Összesen 21 téma előfordulását vizsgáltuk a megadott időszak krónikáinak és híradásainak belföldi tárgyú közléseiben.

A témák kiválasztásánál szempontként alkalmaztuk:

a *közérdeklőséget* (széles körű érdeklődésre számottartó témák, például: kül- és belpolitika, egészségügy, költségvetés stb.);

az *aktualitást* (némi kiterjesztéssel az adott időszakban kiemelt fontosságú témák, például: NATO népszavazás és csatlakozás, bős–nagygyarosi fejlemények stb.);

a *sokoldalú tájékozottságot* (például: média, művészet, kultúra, törvényhozás, az állampolgár ügyes-bajos dolgai);

úgynevezett *réteg-érdekeket* (amelyek közérdekű témák, emellett egy meghatározott körhöz, annak létehez kapcsolódóak, például: kisebbségek, nyugdíjasok, vallás).

Az egyes témák előfordulásának gyakoriságát a következő adatsor mutatja, amely 1620 belföldi közlés alapján készült (egy közlésben több téma is előfordulhat):

politika (kül- és belpolitika, pártpolitika)	607
makrogazdaság	429
NATO-csatlakozás és népszavazás	299
állampolgárok ügyes-bajos dolgai	277
bűnözés, bűnügyek	174
mikrogazdaság	164
egészségügy, egészségbiztosítás	154
oktatás	109
1998-as parlamenti választások	94
művészet, kultúra, művelődés	88
mezőgazdaság (agrárügyek, földtörvény)	88
törvényhozás (alkotmány, törvények)	85
média	74
környezetvédelem	44
kisebbségek (nemzeti, etnikai, hétköznapi)	42
Bős–Nagygyarosi vízlépcső	39
privatizáció	29
cigánykérdés	23

vallás, egyház	20
helyi önkormányzati választások	15
nyugdíj (mértéke, rendszere, biztosítás)	14

Ha mesterségesen sávokra osztjuk az adatsort, eléggé érzékletessé válik, hogy mely témák voltak hangsúlyosak és melyek határozottan szunnyadóak a vizsgált időszakban.

A politikai témájú közlések mértéke verhetetlennek tűnik, különösen akkor, ha a gyűjtőfogalomba még egyébként – más szempontból megkülönböztetett – témák is besorolhatóak, pl. NATO-csatlakozás, választások, a makrogazdasággal kapcsolatos kérdések, döntések. Ezen belül nem kaptak különösebb hangsúlyt a jövő évi parlamenti választásokhoz fűződő előkészítő mozzanatok és elenyésző a helyi önkormányzati választásokkal foglalkozó hír.

Ilyen túlsúly mellett figyelemreméltó gyakorisággal szerepelnek az állampolgárok ügyes-bajos dolgaival foglalkozó közlések. Ez az adat a közszolgáltatásra való törekvést látásmozgató.

Korábbi vizsgálatunk eredményét erősíti, hogy a bűnözés változatlanul relatíve gyakran szerepel témaként. Ugyan a jelenségért – gyakran történnek bűnesetek – nem a rádió felelős, mégis elgondolkodtató, kell-e az átlagos hallgatónak ilyen súllyal értesülnie ezekről. Azt is érdemes kiemelni, hogy elhanyagolható mértékben jelennek meg a cigány és egyéb kisebbségekről szóló közlések, annak ellenére, hogy ez alatt a két hét alatt is zajlott a székesfehérvári „konténer-gettó” ügye.

Az adatok szerint passzív időszakát élhette a privatizáció, minimális a művészettel, kultúrával összefüggő hír; a környezetvédelem is – a Zöld híreket is beszámítva – elsősorban a hágai döntés folyamáninak köszönheti felbukkanását.

Belföldi tárgyú közlésekben szereplő szervezetek

Hat szervezettípus megjelenését, előfordulását vizsgáltuk. Ezek az összevont kategóriák a társadalom működtetésében meghatározó szerepet játszó intézményeket foglalják magukba. Arra voltunk kíváncsiak, hogy egy-egy téma elhangzásakor megneveznek-e kompetens vagy érintett intézményt. Ez összesen 1620 esetben fordult elő. (Egy-egy közlés több típusba is besorolható volt.)

A hat vizsgált szervezettípus:

- ### politikai pártok,
- ### központi igazgatás (kormány, minisztériumok, kormányzati szervek),
- ### helyi igazgatás (önkormányzatok és szervezeteik),
- ### üzleti szervezetek (cégek, bankok, vállalkozások),
- ### civil szervezetek (szakszervezetek, szövetségek, alapítványok, egyesületek stb.),
- ### egyházi szervezetek.

Előfordulásukat a következő adatsor mutatja (gyakoriság):

Politikai pártok	219
Központi igazgatás	808
Helyi igazgatás	147
Üzleti szervezetek	226
Civil szervezetek	286
Egyházi szervezetek	30

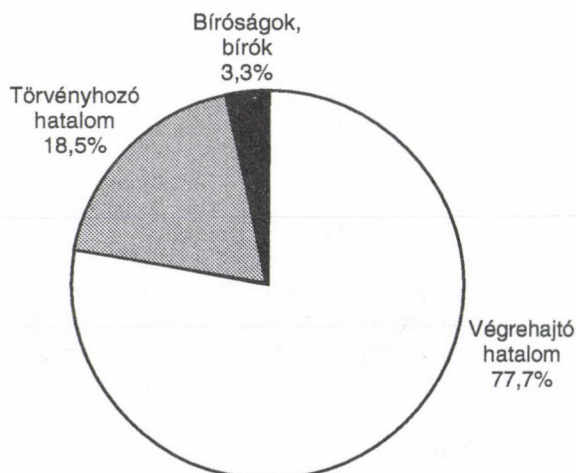
Az adatok azt a tendenciát erősítik, ami a tájékoztatásban szereplő témáknál mutatkozott, vagyis a politikához kapcsolódó szervezetek, a központi igazgatás intézményei túlsúlyát.

Az aránytalanságot hangsúlyosabbá teszi, hogy a pártokkal és a központi igazgatással kapcsolatos közlések általában a vizsgált blokkok első-második anyagaként fordulnak elő, „sokadikként” való említésük elenyésző.

Azt is vizsgáltuk, hogy a szervezeti képviselettel párhuzamosan milyen hatalmi szférák megjelenése regisztrálható. A 8. ábra érzékelteti a kapott eredményt.

8. ábra

A hatalmi szférák képviselete a belföldi eseményekben, közlésekben (N = 1093)



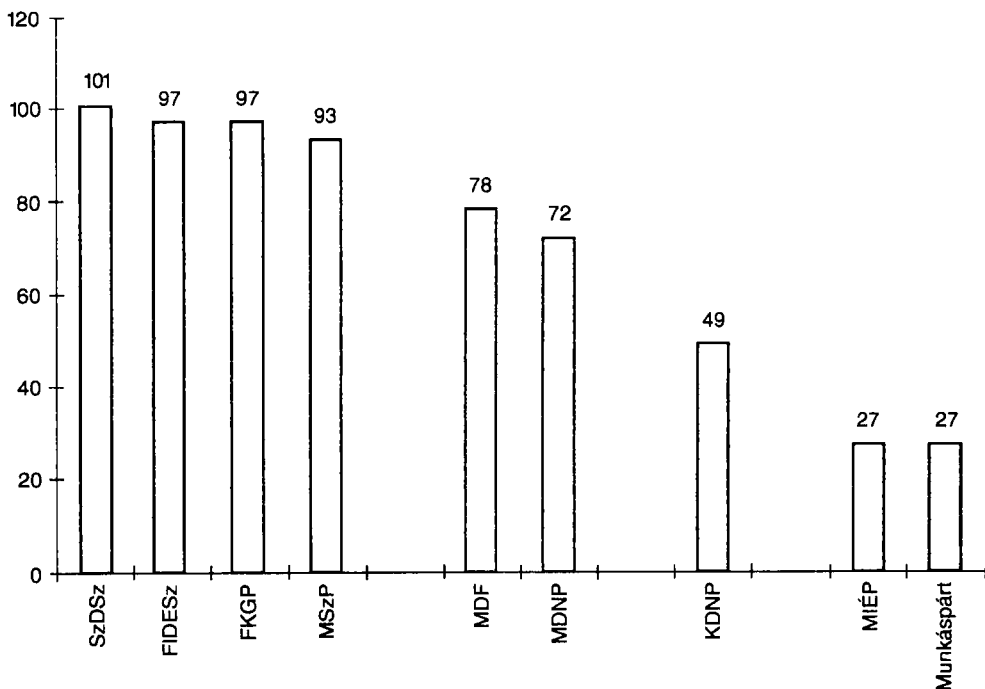
Végrehajtó hatalom: kormány, minisztériumok, államigazgatási szervek, APEH, ügyészség.
Törvényhozó hatalom: Országgyűlés, képviselők, tisztségviselők.

Politikai pártok megjelenése a belföldi tárgyú közlésekben

Ha röviden akarjuk összefoglalni a pártok előfordulását, azt kell mondanunk, hogy ez az érintett két hétben nem kapott nagy hangsúlyt. Említésük nagyrészt a NATO-csatlakozásnak és a népszavazáshoz fűződő deklarációknak köszönhető. A gyakorisági adatokat a 9. ábra szemlélteti.

9. ábra

Politikai pártok elhangzása (gyakoriság, $N = 1620$)



Az első négy hely esetében a pártok említésében nincs érzékelhető különbség. Kiegyensúlyozottnak tűnik (legalábbis egymáshoz képest) az MDF és az MDNP reprezentációja. Az adatok azt mutatják, hogy lecsengeni látszanak a KDNP körüli atrocitások. Valószínűsíthető, hogy a legkisebb gyakorisággal előforduló két párt élénk ellenkezései kapcsán került ilyen arányban a hírekbe. (Egy összefüggésre a pártokkal kapcsolatban később még visszatérünk.)

Belföldi tárgyú közlések szereplői

Az előfordulás vizsgálatának alapjául a vezető politikusoknak a MEDIÁN által 1997 októberében készített népszerűségi listáját választottuk. (HVG 1997. november 8.) Feltételezésünk az volt, hogy van összefüggés a népszerűség és a médiában való szereplés gyakorisága között. Nézzük az adatokat:

Név	Gyakoriság	Sorrend	Népszerűségi lista sorrendje
Horn Gyula	156	1	13
Kovács László	60	2	7
Kuncze Gábor	56	3	5

Név	Gyakoriság	Sorrend	Népszerűségi lista sorrendje
Medgyessy Péter	48	4	9
Göncz Árpád	41	5	1
Gál Zoltán	40	6	11
Orbán Viktor	39	7	2
Keleti György	38	8	8
G. Nagyné Maczó Ágnes	33	9	18
Torgyán József	30	10	16
Szabó Iván	19	11	14
Magyar Bálint	18	12	6
Csurka István	15	13	17
Demszky Gábor	13	14	3
Kökény Mihály	12	15	22
Lotz Károly	6	16	12
Kósáné Kovács Magda	4	17	15
Baja Ferenc	4	18	23
Deutsch Tamás	2	19	4
Giczy György	2	20	21
Lezsák Sándor	1	21	20
Szekeres Imre	0	22	19
Fodor Gábor	0	23	10

Az összehasonlítás nem igazolja előfeltevésünket, mert azt mutatja, hogy a népszerűség nem függ össze szignifikánsan a rádiós közlésekben való előfordulással. Például Horn Gyula nevének említése – érthetően – kiemelkedően gyakori, miközben népszerűségben csak a 13. helyre sorolódik. A kormányfővel kapcsolatban hasonló ellentmondást tapasztaltunk korábbi elemzésünkben is. Ugyanígy G. Nagyné Maczó Ágnesnek, vagy Torgyán Józsefnek sem feltétlenül a népszerűsége indokolja a nagyobb publicitást. Ugyanakkor viszonylag kevés alkalommal jelenik meg Göncz Árpád a tájékoztatásban, ennek ellenére stabilan tartja első helyét a népszerűségi listán. Érdekes még összevetni néhány, a MEDIÁN felmérése szerint feltétlenül szimpatikusnak tartott politikus (Orbán, Demszky, Deutsch, Magyar, Fodor) helyezését a közlési gyakoriság szerinti magasabb (tehát hátrább soroló) „helyezési” számával. Leginkább Kuncze Gábort, Keleti Györgyöt, Kósáné Kovács Magdát, Giczy Györgyöt és Lezsák Sándort emelhetjük ki mint olyant, akinél a két sorrend (csaknem) egybeesik.

Népszavazás a NATO-csatlakozásról

Nem volt feladatunk, hogy a november 16-ai népszavazásról készült rádióműsorokat elemezzük, ezt bizonyára mások már korábban megtették. Ám mivel ez volt az elemzett két hét egyetlen igazi médiaeseménye, néhány bekezdést szentelünk neki, néhány benyomásunkat közöljük róla. Az adatgyűjtésből (kódolásból) és így az adatfeldolgozásból elhagy-

tuk a Késő esti krónika népszavazási különkiadását, mert ez a szokásoshoz képest hatszoros terjedelmű műsor erősen eltorzította volna az adatokat. Így inkább a két hét tendenciájára vonatkozó megjegyzéseinket tesszük meg.

A november 10. és 23. között vizsgált tájékoztató és hírműsorokban a NATO-csatlakozás és a róla szóló népszavazás eléggé sajátos módon jelent meg. Amint már említettük, az összes belföldi témájú anyagnak csaknem kétötöde (18,5%) és a vizsgált összes közlések 10,1 százaléka foglalkozott a témával. A „foglalkozott” ige valójában sűrűsödéseket és ritkulásokat takar.

A november 10-ével kezdődő hét első három napján inkább csak technikai jellegű hírek (például a szavazás módja, érvényessége stb.) formájában találkozunk a témával. Kivételesen: a honvédelmi miniszter krakkói látogatása, ami alkalmat ad a NATO-val kapcsolatos közös teendők latolgatására. Csütörtökön meglódnak az események: három párt gyűlésen vagy sajtótájékoztatón szellőzteti álláspontját, az Alba Kör szerepel, a NATO-főtítkár és a távozó amerikai nagykövet nyilatkozik, az egyházak képviselői audienciára mennek a miniszterelnökhöz. Pénteken még olasz és francia miniszteri támogatás hallatszik, a média-ügyeletes pártvezér még egyszer elnyilatkozza magát. Majd a köztársasági elnök rádió- és tévésőzatóval zárul a „kampány”. Szombaton kampánycsend.

Vasárnap általános nyüzsgés: eredmények, nyilatkozatok, a nem várt igen-arány ellenére visszafogott kommentárok, profi tudósítások, néhány óvás. Hétfőn köszönetnyilvánítások, hivatalos megmozdulások, csalódottságok balszélén és jobbszélén, megszólal az amerikai elnök is. Kedden néhány utánlövés, nem hivatalos ámde mégis végeredmény, szerdán hivatalos végeredmény, a külügyminiszter latolgat. Aztán (csütörtöktől) „a többi néma csend...”

Félreértés lenne, ha e néhány ironikusra sikeredett mondatból bárki is azt hinné, hogy a kutatók a rádió műsorkészítőin kívánják elverni a port. Azt gondoljuk ugyanis, hogy a magyar politikai és közéletnek NATO-népszavazás körüli elbizonytalanodása csak visszatükröződik az általunk tapasztalt rádiós elbizonytalanodásban. (Úgy is fogalmazhatunk, hogy a közlések nem szoktak sokkal jobbak lenni, mint az általuk közvetített események.) Két politikai alapkonfliktusra hívjuk föl a figyelmet.

Az egyik az, hogy fél évvel az „igazi” választások előtt nem lehet a magyar közéletet valóságos funkciójuknál erősebben uraló pártoktól képmutatás nélkül azt kívánni, hogy tegyék félre pártérdekeiket és pártideológiáikat egy bármennyire is fontos, de az ő szemszögükből mégiscsak másodrendű nemzeti sorskérdés hosszú távú eldöntése érdekében. A másik konfliktus az, hogy még a legkarakánabb ellenzéki pártvezetők is a felsőbb akarat elfogadására, a monolit gondolkodási trendek érvényesítésére vannak – évtizedek által – szocializálva, s egyszerűen nem tudnak mit kezdeni az olyasfajta kisebbségi ellenvéleményekkel, mint amelyek a NATO-csatlakozásról születtek. Ráadásul nem csak „lesöpörhető” szélsőséges pártok, hanem civil szervezetek részéről is. (Hja, Magyarország nem Svájc.)

Ami a népszavazás körüli rádióműsorokat (így a november 16-ai műsorokat is) illeti, két olyan benyomást szereztünk, amely azért talán általánosabb érvényű, és egyéb tájékoztató műsorokban is megfigyelhető. Az egyik az, hogy rendszereket és kormányokat túlél egy szűk értelmezés, amely szerint a tudósító az az ember, aki tudósításokat készít. Nyilván anyagi okai is vannak, hogy nagyon ritkán hallunk (akár bel-, akár külföldi) tudósítókat riportot, netán személyes interjút készíteni. (Erről néhány adatot már fentebb közöltünk.) Ez nem volt másképp a népszavazás ügyében sem. Teljesen ugyan nem, de részben azért erre a

műfaji kérdésre is visszavezethető az az ásító unalom, amely némely témafeldolgozást körüllebeg.

A másik benyomásunk az, hogy amíg a '90-es évek első felében a média összes vízcsapjából politológusok folytak (némi túlzással), addig manapság helyüket átvették a különböző rendű és rangú pártpolitikusok. Nem biztos, hogy ez a váltás jót tett a médiumoknak.

KÜLFÖLDI TÁRGYÚ KÖZLÉSEK

A közlések 45,2 százaléka külföldi helyszínről. Ennek egy része tartalmaz magyar vonatkozásokat, mint azt a korábbi fejezetekben láthattuk. A tisztán külföldi vonatkozású közlések aránya az összes közlés 34,2 százaléka. Egy-egy külföldi tárgyú közlésre átlagosan felhasznált idő: 53 másodperc (szemben a külföldi helyszínről, de magyar vonatkozású események 62 másodpercével és a belföldi személyekre fordított 82 másodperccel).

A külföldi témák a következők voltak két hét alatt:

Téma	Gyakoriság	Százalék
Politikai	847	63,8
Gazdasági	80	6,0
Kulturális, művészeti	29	2,2
Bűnügyi jellegű	227	17,1
Elemi csapás, baleset	20	1,5
Színes hír	34	2,6
Egyéb	91	6,9
Összesen	1328	100,0

Amint látjuk, az ismertetett külföldi események csaknem kétharmada politikai témájú, vagyis e területen is erős a politika túlsúlya. Feltűnő még a kulturális és művészeti témák elenyészése.

A külföldi vonatkozású közlések helyszíne főbb földrészek szerint:

Földrész	Gyakoriság	Százalék
Európa	618	47,0
Amerika	108	8,2
Ázsia	197	15,0
Afrika	57	4,3
Egynél több helyszínről	335	25,5
Összesen	1315	100,0

A külföldi vonatkozású közlések arányát az egyes *műsorfajtákban* a következők jellemzik (százalékban, N = 1012):

Híradások	44,0%
Reggeli krónika	26,3%
Déli krónika	31,1%
Esti krónika	28,5%
Késő esti krónika	32,3%
teljes minta átlaga	34,2%

A többi elhangzó eseményhez képest (belföldi, magyar vonatkozású külföldi) nagyobb arányban szerepelnek külföldi anyagok az önálló híradásokban, viszonylag kevésbé a Reggeli és Esti krónikában.

LAPSZEMLE

Nem kódoltuk külön műsorblokként a Reggeli krónikában péntekig naponta négy-szer, szombaton háromszor (mindig az óra harmincas hírek után) sugárzott, azonos összetételű lapszemlét. Ennek elsősorban módszertani oka volt: a kialakított kategóriarendszer egyszerűen használhatatlan lett volna a lapszemle-darabok kódolása esetén. Ám, hogy teljesen ne hagyjuk figyelmen kívül, külön megvizsgáltuk a két hét alatt elhangzott, összesen 12 lapszemle-összeállítást.

A rádióhallgatók két hét alatt összesen 59 újságcikk ismertetését hallhatták. Legalább 3 és legfeljebb 7, a két hét átlagában 4,9 (tehát csaknem 5) cikk szerepelt a reggeli lapszemlében. A következő napilapokból szemléltek a rádió munkatársai (a lap neve mellett a napok száma szerepel, amelyeken az adott újságot idézték):

Népszabadság	11
Magyar Nemzet	11
Új Magyarország	11
Magyar Hírlap	10
Népszava	9
Világgazdaság	5

A szemlézett cikkek témája a következő volt (a témák mellett szintén a napok számát láthatjuk):

belföldi téma, politikai jellegű	11
belföldi téma, egyéb közérdekű jellegű	12
belföldi téma, színes	6
külföldi téma	4
egyéb téma	2

Az idézett lapok adatait szemlélve megállapíthatjuk, hogy az öt országos (általános témájú) napilap szemlézése teljesen kiegyensúlyozott, majdhogynem „kicentizett”. A szűkebb tematikájú Világgazdaság ritkább szerepeltetése éppen a tematikai eltéréssel magyarázható.

Kevésbé érthető, hogy az úgynevezett bulvárlapok (Blikk, Kurir, Mai Nap) országos terjesztésük ellenére egyszer sem szerepeltek a vizsgált két hét alatt. A megyei, városi és regionális napilapok teljes hiánya már indokolható a nem országos terjesztéssel. (A kutatók csak elmerenghetnek azon a kérdésen, hogy egy bulvárlap jól megválasztott, hitelesíthető cikke miért rosszabb, mint egy „tekintélyes” és „komoly” újság némely igencsak efemer közleménye.)

Az említett „kicentizettség” és az adott tematikai megoszlás többféle nézőpontból többféleképpen értékelhető. Mondhatjuk azt, hogy a lapszemle úgy jó, ahogy van, ám nem róhatjuk meg azt sem, aki szerint úgy rossz, ahogy van. Nem biztos, hogy meggyőző választ adhatunk arra a kérdésre, hogy mi szükség a lapszemlére a Reggeli krónikában. (A kutatók itt megint elmerenghetnek: ez a napi mintegy 80-110 másodpercig tartó műsorblokk legfőbb funkciója az lehet, hogy a magyar médiával kapcsolatos pártpolitikai hisztériák egyik, kétségtelenül túldimenzionált tárgya legyen, immár a '90-es évek eleje óta.)

SZUBJEKTÍV HATÁSOK

Ebben a megközelítésben olyan tényezőket vizsgáltunk, amelyek bár számszerű adatokon alapulnak, megítélésük részben a kódolók személyes – így akár elfogult – véleményét is tükrözi.

Az alábbi kérdésekre kerestük a választ:

- ### milyen mértékben hangzanak el tények, illetve vélemények a közlésekben;
- ### milyen szóhasználatot élnek a kommunikátorok, amikor egy-egy esemény szereplőjére hivatkoznak;
- ### mennyire érthető egy-egy közlés a hallgató (kódoló) számára;
- ### milyen viszonyokat tükröznek a közölt események, hírek;
- ### milyen szubjektív megítélést vált ki a közlés a hallgatóból (kódolóból)?

Tények vagy vélemények

Az események ismertetésének általában több mint 50 százalékában tények hangzanak el. Viszonylag kis arányt képviselnek azok az anyagok, amelyek kizárólag véleményt tartalmaznak. Jelentősebb a tényeket és véleményeket egyaránt magába foglaló közlések száma (százalékban):

csak tényeket tartalmaz	52,6
csak véleményeket tartalmaz	7,7
a kettőt együtt tartalmazza	39,6

Megvizsgáltuk az összefüggést a közlésre felhasznált műsoridő és a tények, vélemények elhangzása között. Ennek alapján megállapítható, hogy a krónikák hírblokkjaiban és a híradásokban meghatározó mértékben tényeket tartalmazó információk hangzanak el. (Átlagosan felhasznált műsoridő: 51 másodperc.) Az ennél nagyobb műsoridőt igénylő műfajok (riport, interjú, összeállítás, kommentár) alkalmazásával a műsorkészítők azt a lehetőséget biztosítják, hogy a tények mögött húzódó vélemények is hangot kapjanak. (Erre az átlagos műsoridő felhasználás 102 másodperc.)

Fenti megállapítások alól kivételt képeznek azok a közlések, amelyek külföldi helyszínnel magyar vonatkozást tartalmaznak. Ezekben az eredményekben a csak véleményeket tartalmazó közlés duplája (mintegy 15%) a kizárólag belföldi vagy kizárólag külföldi vonatkozású közléseknek.

A kommunikátor szóhasználata a közlésben

Azt figyeltük meg, hogy milyen kontextusban kik hivatkoznak az érintett személyekre, méghozzá – mint a korábbi fejezetekből kiderül – többnyire politikusokra, közéleti személyiségekre.

Két kategóriát, illetve ezek kombinációját határoztuk meg, ami szerint a hivatkozás lehet:

tárgyszerű (szóhasználat: közölte, mondta, kijelentette, beszámolt, hozzátette stb.),

távolító (szóhasználat: legalábbis szerinte, úgy véli, úgy látja, állítja, kételkedik, megoszlik a véleménye, felmerült benne stb.),

előző kettő együtt.

Az adatok bizonyossága szerint a hivatkozások túlnyomó többsége tárgyszerű, mint az a következőkben látható (százalékban, N = 2180):

tárgyszerű	87,4
távolító	3,8
kettő együtt	7,2
egyéb	1,6
összesen	100,0

Összevetve a szóhasználat jellegzetességeit a műsorfajtákkal, illetve a krónikákon belül alkalmazott műfajokkal, nem találtunk figyelemreméltó különbségeket az egyes műsorfajták és műfajok között.

A közlés érthetőségének megítélése

A szóhasználat sematikus elemzésén kívül vizsgáltuk azt is, hogy a közlések információ-tartalma mennyire „közérthető”, ezáltal milyen mértékben befogadható a hallgató (jelen esetben a kódoló) számára. Az eredményt a következő adatsor mutatja:

	gyakoriság	százalék
nagyon könnyen érthető	661	22,3
könnyen érthető	2244	75,7
nehezen érthető	60	2,0
nagyon nehezen érthető	1	0
összesen	2966	100,0

Az első két kategória lényegében összevonható, így az eredményből arra lehet következtetni, hogy a közlések az átlagos hallgató számára nem okozhatnak megértési problémát. (A kódolók átlagéletkora 27 év, iskolai végzettsége érettségi.) Az általános megállapítás alól talán a riportok, összeállítások képeznek kivételt, ahol váratlanul megemelkedik a „nehezen érthető” minősítés: 17,6 százalék. Érdemes lenne elgondolkodni azon, hogy miért éppen ezek a bonyolultabb műfajok tartoznak a nehezebben érthetőkhöz.

Meghatározó viszonyok tükröződése a közlésben

A hírjellegű közlések elsősorban a tájékozódást, eligazodást, naprakészséget biztosítják, azonban nem hagyható figyelmen kívül, hogy az elhangzó tájékoztatások tartalma hangulati befolyásoló elem is. Hogy milyen híreket hallanak az emberek a reggeli készülődés közben, az feldobhatja őket, felborzolhatja a kedélyüket, elkedvetlenítheti őket stb. Az érzelmi-indulati reakciókat erőteljesen befolyásolja, hogy a közlések milyen viszonyokról szólnak, milyen a bennük rejlő kapcsolatok irányultsága.

Ennek alapján az alábbi közlési típusokat különböztettük meg:

- ### konfliktusokat hordoz (ellentétekről, ellenérdekekről, versengésről, csatározásról, háborúról stb.);
- ### együttműködést, vagy arra való törekvést tartalmaz (egyetértésről, összhangról, közös érdekről, megállapodásról stb.);
- ### előző kettő együtt szerepel;
- ### semleges eseményről szól, vagy nincsenek konfliktust, illetve együttműködést hordozó felek.

A közlések 42,0 százaléka konfliktusokról szól, mindössze 23,7 százaléka számol be kiegyenlített, együttműködő viszonyról, 11,6 százalék tartalmazza mindkét elemet és 22,8 százaléka semleges, nem besorolható. Az eseményeket megváltoztatni nem lehet, mégis elgondolkodtató, hogy mennyiben befolyásolja az „odafordulást”, vagy kelt esetleg averziót, hogy folyamatosan nyomasztó ellentétek, csatározások meghallgatására kényszerülünk. Talán némi beavatkozással, ritmusváltással oldható volna ennek negatív hatása.

Némiképp ellensúlyozni látszik ezt az egyes kategóriákhoz kapcsolódó átlagos műsoridő (másodpercben):

konfliktus	63,1
együttműködés	70,9
fenti kettő együtt	79,4
semleges	84,1

Megvizsgáltuk azt is, hogy milyen tárgyú közlésekhez milyen viszony tapad jellemzően. Ehhez kiemeltünk néhány domináns témát (1. táblázat).

1. táblázat

A témák és a viszonytípusok közötti összefüggés (százalékban)

Viszony-típus	Külföldi tárgyú közlés n = 1328	Belföldi politika n = 1620	Népszavazás a NATO-ról n = 1620	Makro-gazdaság n = 1620	Állampolgárok ügyei n = 1620	Teljes minta n = 2988
Konfliktus	53,7	30,7	19,4	25,4	34,3	42,0
Együtműködés	17,8	39,4	49,5	34,5	23,8	23,7
Kettő együtt	11,5	18,5	12,7	16,6	12,3	11,6
Semleges	17,0	11,4	18,4	23,5	29,6	22,7
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A külföldi eseményekben tettenérhető viszony-értelmezésekhez képest a belföldi megnyilatkozások békésebb tendenciákat közvetítenek. Különösen kiemelkedik ezek közül a NATO-népszavazást körüllegő harmónia.

Külön elemeztük azt is, hogy a sémák mögött regisztrálható szervezetek magatartására melyik megnyilvánulás jellemző. Az eredményt a 2. táblázat szemlélteti.

2. táblázat

Szervezettípusok és viszonyok összefüggése (az 1620 belföldi közlés előfordulásának százalékában)

Viszony-típus	Politikai pártok	Központi igazgatás	Helyi igazgatás	Üzleti szervezetek	Civil szervezetek	Egyházi szervezetek	Belföldi közlések összesen
Konfliktus	34,7	34,2	47,6	31,9	44,8	3,3	32,6
Együtműködés	34,7	37,1	26,5	22,6	28,8	46,7	28,4
Kettő együtt	11,0	14,2	12,2	7,1	10,7	30,0	11,7
Semleges	19,6	14,5	13,6	38,5	15,7	20,0	27,3
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Az együtműködés jellemzően az egyházi szervezeteket képviselő témákban, a konfliktus a civil szervezetek által képviselt témákban, illetve a helyi igazgatással kapcsolatos események kapcsán érzékelhető.

A 3. táblázatban abszolút gyakoriságokat tüntettünk fel a világos értelmezhetőség kedvéért. Mint korábban is utaltunk rá, a pártok megjelenése nem volt igazán jellemző. Ezt figyelembe véve azért érdekes megvizsgálni, hogy az előfordulások milyen viszonyokat tükröznek. A konfliktuózus tartalmú híradások leginkább az FKGP-hez, az SZDSZ-hez és az MSZP-hez fűződnek. Az FKGP esetében ez azzal magyarázható, hogy ebben az időszakban zajlott G. Nagyné Maczó Ágnes „menesztése”. A kormány-pártok esetében az ellentéteket kiváltó események lehettek: a hágai döntés után következő

tárgyalások, a földtörvénnyel kapcsolatos nézeteltérések és bizonyos körökben a NATO-csatlakozásról szóló népszavazás.

3. táblázat

A politikai pártok és a viszonytípusok összefüggése (gyakoriság)

Viszony- típus	SZDSZ	FIDESZ -MPP	FKGP	MSZP	MDF	MDNP	KDNP	MIÉP	Mun- kás- párt	Össze- sen
Konfliktus	44	18	47	35	24	13	13	6	12	212
Együtt- működés	35	54	34	33	31	37	24	8	8	264
Kettő együtt	7	13	8	8	10	7	5	8	3	69
Semleges	15	12	8	17	13	15	7	5	4	96
Összesen	101	97	97	93	78	72	49	27	27	641

Megnyilvánulásaiban leginkább együttműködőnek ebben az időszakban a FIDESZ és ön-maga számaihoz viszonyítva a KDNP mutatkozik. Érdemes megfigyelni, hogy az MDNP viszonylagos kiegyensúlyozottságot, higgadtságot közvetít. A MIÉP és a Munkáspárt adatai a csekély gyakoriság miatt nem értékelhetők.

Az együttműködésre való törekvést erősíthette néhány olyan esemény, amely különböző pártok szövetségét célozta a parlamenti választásokra való felkészülés kapcsán.

Azt is elemeztük, hogy amennyiben egyértelműen megállapítható a viszonyulás jellege – az abban érdekelt felek álláspontja kölcsönösen elhangzik-e? A közlések 45,5%-ában jelenik meg minden érdekelt fél nézete. 2,6%-ban utalás történik korábbi vagy későbbi megkérdezésre. 51,8% esetén egyoldalú tájékoztatás hangzik el. Ennek oka lehet információhiány, korlátozott idő, vagy egyéb, általunk nem ismert tényező.

A közlés szubjektív hatása

Az előző ponthoz képest e megközelítés annyiban hoz újat, hogy a vizsgálat arra irányult, vajon a hallgatóban milyen irányultságot válthat ki a közlés a befogadást illetően.

Megítélésünk szerint egy közlés a hallgatót befolyásolhatja:

az elfogadás irányában (lehet azonosulni vele, tudomásul venni, szimpatizálni vele stb.),

az elutasítás irányában (távoleső, idegen, elítélendő, ellenszenves),

az elbizonytalanodás irányában („hát ettől nem lettem okosabb”, „most akkor mi az igazság?”),

érdektelenség irányában (untat, közömbös, nem foglalkoztatja a hallgatót).

E szempontok szerint a kódolók ítélete a következő arról, hogy milyen irányban befolyásol (százalékban):

elfogadás	49,1
elutasítás	26,1
elbizonytalanodás	12,4
érdektelenség	6,6
egyéb	5,8
összesen	100,0

Adataink szerint tehát a közlések csaknem fele az elfogadás irányában befolyásolhatja a hallgatókat.

Ez viszont kétségtelenül ellensúlyozza azt a túlnyomóan konfliktuózus jelleget, amelyről korábban szoltunk.

ÖSSZEFOGLALÁS

A Bar Kochba Intézet tartalomelemzése a Kossuth rádió 1997. november 10. és november 23. közötti híradásaira és krónikáira terjed ki. Főbb megállapításainkat a következőkben foglalhatjuk össze:

1. A négy (reggeli, déli, esti, késő esti) krónikát elemezve azt látjuk, hogy közöttük kevés, részben időtartamukból, részben bizonyos szakmai-szerkesztési hagyományokból következő különbség észlelhető csak. A műfajokat vizsgálva szembeötlő a tudósítások túlsúlya, ami csak részben magyarázható anyagi okokkal.
2. Az önálló híradásokat tekintve megállapítható, hogy a hírek mintegy fele csak egyszer, másik fele kétszer vagy többször hangzik el, bár a krónikákon belül felolvasott hírek nyilván az utóbbiak arányát növelik. Úgy tűnik az adatokból, hogy az ismétlések ténye alig függ össze az adott hír fontosságát vagy kevésbé fontosságát kezelésével.
3. Közhelyeszerű az a megállapítás, hogy Budapest a média tájékoztatási anyagaiban túl van reprezentálva. Ezt azzal szokták cáfolni, hogy számos esemény országos jellegű és központi intézményekkel függ össze, ezért a főváros a nem Budapestről szóló közlések jelentős részének is helyszíne. Módszertani eszközökkel sikerült e kétféle közlést kettéválasztani, így tisztán tudtuk megállapítani, hogy valóban jelentős Budapest túlreprezentáltsága a rádió hírműsoraiban.
4. A belföldi témákban kiemelkedő súllyal szerepelnek a politikai események és az állampolgárok ügyes-bajos dolgaival foglalkozó közlések. Számos, deklaráltan fontos téma viszont meglehetősen kis arányban jelenik meg a hírműsorokban. Az intézményeket tekintve a központi igazgatási szervek, a végrehajtó hatalom túlsúlya észlelhető. A politikai pártok a tárgyalt időszakban ritkábban szerepeltek; a róluk szóló közlések meglehetősen kiegyensúlyozottak voltak. A hazai politikusok szereplésének mértékét inkább a politikus státusza, maga az esemény vele kapcsolatban és az illető önmenedzselése határozza meg, mintsem szerkesztői szempontok.
5. A szóban forgó két hét közepén lebonyolított NATO-népszavazás tálalásánál összességében némi elbizonytalanodást észleltünk, ami megítélésünk szerint a politikai szférában mutatkozó elbizonytalanodást tükrözte vissza.

6. A külföldi témájú közlések kevésbé karakteresek. Messze vezetnek közöttük a politikai hírek, majd a bűnügyi témák jönnek; a többi téma szinte elenyésző.
7. A reggeli lapszemle kiegyensúlyozott, sőt kicentizett. Ennek ellenére vagy éppen ezért a mi szemünkben nem nagyon tudja igazolni – legalábbis az évek óta tartó hisztérikus reakciók közepette – saját fontosságát.
8. A közlések többsége a hallgató szemszögéből nézve tárgyyszerű és érthetően megfogalmazott. A bennük tükröződő viszonyok többsége konfliktuózus, bár a konfliktus–harmónia tengelyen a különböző témák, intézmények és pártok a vizsgált két hétben meglehetősen eltérő helyet foglaltak el.

Tölgyesi János

KOMMUNIKÁCIÓS KONVERGENCIA AVAGY A MŰSORSZÓRÁS, A TÁVKÖZLÉS ÉS A SZÁMÍTÓGÉPES HÁLÓZATOK KÖZÖS ÚTJAI

A 80-as évek elejétől tanúi lehettünk annak, hogy néhány évenként felbukkant és a tömegkommunikáció figyelmének előterébe került valamilyen átfogó koncepció, amely megpróbált irányt szabni technikai fejlesztéseknek, ipari, katonai kutatásoknak, kerekteket körvonalazni iparágak tevékenységéhez és nem utolsósorban állami pénzeszközöket mozgósítani a megfogalmazott célok megvalósítása érdekében. Ilyen koncepciók voltak a 80-as évek elejétől az ISDN, az úgynevezett ötödik generációs számítógép megalkotása, szűkebben katonai célokkal az SDI, majd az IT, az információs társadalom koncepciója, és újabban a konvergencia elképzelések.

Ha ezekre a koncepciókra esetenként mintegy másfél évtizedes távlatból visszatekinünk, akkor feltűnik, hogy eltérő céljaik és indíttatásaik ellenére vannak közös vonásaik.

Az egyik ilyen közös vonás az, hogy valamennyi a *high-tech* iparágak és fejlesztési csoportok tevékenységének koordinálására, közös akciójára, lobbizására szolgált. *High-tech*-en itt a mikroelektronika, az űrkutatás és mellé szegődve az űripar, a lézertechnika, majd a hálózati fejlődést kiszolgáló távközlési iparágak, a szoftveripar, és nem utolsósorban a médiaipar valamilyen közös metszeteit kell érteni, amely metszetek mentén az elképzeléseket, fejlesztési terveket integrálva lehet előrelépni.

A másik közös jellemző talán az volt, hogy szinte egyik elképzelés sem valósult meg a felvetésekor vázolt formában. Arra azonban alkalmasak voltak, hogy segítségükkel a médiában valamiféle távlati (technokrata) jövőképet mutassanak fel, és ezt népszerűsítsék. Ugyancsak alkalmasak voltak arra, hogy vitatémaként, esetleg akcióprogramként szolgáljanak különféle szakértői csoportok, bizottságok számára. A koncepciókat kidolgozó fejlesztési központokból kisugározva mindenfelé követőkre találtak, és öngerjesztő folyamatként vezettek a globalizálódás irányába.

AZ ISDN KONCEPCIÓ

Az ISDN (Integrated Services Digital Network) volt az első átfogó koncepció a 80-as évek elején, amely informatikai alapon valamiféle integrált szolgáltatást ígért a széles társadalmi közönség számára. Az integrációt a hagyományos távközlési infrastruktúra kereteiben képzelték el. Pontosabban ennek egy megújult változatából indultak ki, amelyet a hagyományos, az állami monopolszervezetekként működő nemzeti távközlési vállalatok hoztak volna létre. A koncepcióban az újdonság az volt, hogy a hagyományos analóg távközlési vonalakat az új, nagykapacitású digitális vonalakkal kívánták felváltani, amelyek minden fogyasztónak ugyanazon a csatornán a jólismert hangátvitel (telefonbeszélgetés) mellett a kép és adatátvitelt is lehetővé tették volna. Az elképzelések háttérében a gyors digitális kódoló és dekódoló áramkörök fejlesztése, cél-mikroprocesszoros rendszerek kidolgozása állt.

A nagy sebességű digitalizált vonalak kiépítése a fejlett világban azóta szinte befejeződött, legalábbis ami a gerincvonalakat, a távközlési központok közötti összeköttetéseket illeti. Problémát az úgynevezett *last miles* okozza, vagyis az utolsó kilométerek, amelyek a távközlési központokat a sokmillió előfizetővel, telefonhasználóval kötik össze. Ezen vonalak cseréje, kiépítése és a szükséges végberendezések árának a fogyasztóval történő elismertetése, azaz megvásároltatása már nem bizonyult gyors és látványos folyamatnak. Nyilvánvalóvá vált, hogy túlságosan optimista elképzelés volt az, hogy minden telefonnal rendelkező háztartásban igény van videoátvitelre, képtelefonra, és jelentős adatátviteli kapacitásra. (Legalábbis a kínált lehetőségek, adott szolgáltatások és árszínvonal mellett.)

Bebizonyosodott az is, hogy a kép és adatátvitel inkább egy aszimmetrikus jellegű csatornát igényel, amely a fogyasztó felé nagy kapacitású átvitelt tesz lehetővé, míg az ellenkező irányban elegendő egy jóval szerényebb teljesítménnyel rendelkező átviteli csatorna is.

Az alapvetően a hagyományos távközlési infrastruktúra keretei között elképzelt igénykielégítést bizonyos mértékben keresztezte a közben gyors elterjedésnek indult kábel-tévé hálózat és a műholdas műsorszórás is. Ezek a rendszerek az ISDN-hez képes töredék költségekért (legalábbis a fogyasztó oldaláról nézve) nagy bőséggel kínálják a képátvitelt. Igaz, jelenlegi formájukban nem nyújtják a gyakran varázsigeeként emlegetett interaktivitást, az igény szerinti műsorlehívás lehetőségeit, és természetesen nem nyújtanak személyes videokapcsolatot sem, de úgy látszik, egyelőre erre nincs is tömeges igény.

Az ISDN elterjedése az utóbbi két-három évben új érveket és lendületet kapott azáltal, hogy az Internet népszerűsége belátható közelségbe hozta azt, hogy a háztartások tömegei is rendszeresen használnának egy közepes sebességű digitális csatornát. Magyarországon a széles közönség számára ez a lehetőség alig létezik, mivel az amúgy is kiemelkedően magas távközlési tarifák mellett az egyéni ISDN vonal használata csak nagyon szűk fogyasztói réteg számára elérhető. Mindemelllett a Matáv például a fővárosban nagy befektetéseket mozgósítva építi ki az egyéni előfizetőkig az ISDN szolgáltatásra alkalmas vonalakat, ezzel a *last miles* problémát a saját infrastruktúráján igyekszik megoldani. (Hogy ennek a látszólag korszerű törekvésnek mi az oka, arra itt most nem térünk ki.)

Az ISDN technikai alapjait körvonalazó szabványokat 1984-ben fektették le, de már 1988-ban újrafogalmazták őket az első tapasztalatok és a technikai lehetőségek figyelembevételével. Az 1990-es évek elejétől pedig a távközlésben olyan új fejlemények hódítanak egyre nagyobb teret, amit Robin Mansell, a távközlési hálózatfejlődés politikai gazdaságtanával foglalkozó könyvében az intelligens hálózat fogalmával ír le.¹ A hagyományos távközlési hálózatban olyan digitalizált összetevők, hálózati alrendszerek jelentek meg, amelyek lényegében szoftver rendszerek formájában működnek, és amelyek hálózatban az „intelligenciát” képviselik. Ilyenek például az egyre nagyobb mértékben digitalizált kapcsoló központi alrendszerek (Service Switching Point) és a jelzési alrendszer (Signal Transfer Point) mellett egy új, szolgáltatást felügyelő alrendszer (Service Control Point), valamint ennek általánosabb, management funkciókat ellátó párja, egy Service Management System. Ezek az alrendszerek a meglévő hálózati struktúrába integrálódtak, de megváltoztatták annak jellegét, így kialakult egy intelligens hálózati infrastruktúra. Ennek funkcióit, szolgáltatási lehetőségeit mind gazdasági, mind politikai dimenzióban újra kell értékelni.

Az egységesítés, a szabványok elfogadása és bevezetése megalapozta a globális méretű hálózat kialakulását. Ez új formában veti fel a hozzáférés, a tarifa kialakításának kérdéseit, a (rész)politika (például nemzeti távközléspolitikai) és a szabályozás kérdéseit is. A globalizálódó hálózat globális méretekben teszi lehetővé az új szolgáltatások, a technikai újítások bevezetését, elterjedését. A globális hálózat elsősorban a nemzetközi multinacionális vállalatok távközlési és információviteli igényeire reflektált, azt követi és azt szolgálja ki. Fejlődése kétarcú: egyrészt a fejlődés ösztönzője azáltal, hogy egységes keretekben versenyhelyzetet teremt a szolgáltatási újdonságokkal jelentkező kisebb partnereknek, ugyanakkor a monopolizálódás alapja és színtere is. A hálózati elemek kombinálásának lehetősége a hálózat szegmentálódásához vezethet, ami ugyan szélesebb választási lehetőségeket biztosíthat – elsősorban ugyancsak a multinacionális vállalatoknak –, de jelentheti a hozzáférés korlátait és a monopolizált tarifákat a kis fogyasztók irányában.

Az „intelligens” hálózat hátrányai ellenére is a legfontosabb komponense az információs társadalom infrastruktúrájának.

ÖTÖDIK GENERÁCIÓS SZÁMÍTÓGÉPEK

Az ötödik generációs számítógépek koncepciója leginkább a japán kutatók és kormányzati stratégiák elképzeléseit tükrözte. A köznapi emberi beszédet megértő gépek fejlesztésének célkitűzését a japán és a kínai írásrendszer számítógépes kezelésének nehézségei (billentyűzeten való bevitele és képernyőn, nyomtatón való kijelzése) motiválta. Az igazi, széleskörűen elfogadott megoldások azonban máig váratnak magukra. A törekvés számos akadályba ütközött, és korántsem vezetett olyan átütő sikerhez, mint a 80-as évek elején a telefonos faxátvitel. Annak hátterében is a japán írás könnyen kezelhető, képformátumú átvitelének, és reprodukálásának igénye állt. Az ötödik generációs számítógépek fejlesztését központilag támogatott, az egyetemi szférában rendelkezésre álló kutatási erőfor-

rások bevonásával mintegy nemzeti szitre emelt, erőforrásokat mozgósító célként körvonalzták.

A számítógépek fejlesztése azonban egy sokkal lineárisabb utat követett, mint amelyet az ötödik generációs gép alapötletének kidolgozói elképzeltak. Ezt a fejlődést az alkatrészek gyártástechnológiájának fokozatos finomítása jellemzi. A processzorok, memória-chipek egyre nagyobb integrációja, a háttértárak mechanikai tökéletesítése, tárolási kapacitásai időről időre való megduplázódása ezekre a gyártástechnológiai fejlesztésekre alapozódik. A multinacionális gyártó vállalatok fejlesztő laboratóriumaiban dől el a következő alkatrészgeneráció sorsa. Nincs szükség nemzeti méretű kutatási elképzelésekre, innovációkra és fejlesztésre, csupán a konkurencia figyelemmel kísérésére és lehetőleg egyetlen lépéssel való megelőzésére kell ügyelni.

Az ötödik generációs számítógép régen kikerült a média érdeklődésének homlokteréből, ez azonban nem jelenti azt, hogy egyes részcelok ne volnának a megvalósulás útján. Itt is jelentkezett azonban egy probléma, nevezetesen az, hogy a jelenlegi számítógépek már ma is szinte öncélúan egyre bonyolultabb megoldásokat tartalmaznak, egyre nagyobb méretű és részleteiben kiismerhetetlen szoftverekből állnak, amelyek egyre megbízhatatlanabbá válnak, bizonytalanul működnek. Az egyre nagyobb feldolgozó és tároló kapacitást nyújtó hardver tehát egyre kevésbé kielélt, és az igényeket nem harmonikusan lefedő szoftverrendszereknek ad teret. Az évente megduplázódó méretű háttértárak tehát éppolyan gyorsan megtelnek, mint a korábbi, nagyságrendekkel kisebb elődeik, és a hihetetlen sebességű gépeken ugyanolyan lassan, néha bosszantóan lassan és megbízhatatlanul futnak a szoftvermonstrumok. Ilyen körülmények között nehezen lehetne tömeges igényt generálni még bonyolultabb, az emberrel a természetes beszéd szintjén kommunikálni képes gépeknek, rendszereknek.

SDI

Az SDI kifejezetten az amerikai hadiipari fejlesztési lobby rövidtávú terveit emelte államilag támogatott koncepció szintjére. Eredetileg egy, a világűrbe kihelyezett globalizált védelmi ernyő létrehozását célozta, a rakéta és űrtechnikai, távközlési és lézertechnikai rendszerek fejlesztésével, integrálásával. Hadiipari eredményeit látványosan mutatta be az Öbölháború idején az addigra ugyancsak globalizálódott amerikai média.

A későbbi fejlemények ismeretében úgy tűnik, hogy ezek a fejlesztések, ezekre a katonai célokra fordított dollármilliók adtak lendületet a mobil távközlés mai hihetetlen méretű elterjedésének. Az űrkutatási és katonai célú megrendelések kifulladásával az űripar kapacitásait a tömegkommunikációs célú műholdak tömeges létrehozása felé terelte. Már ezt megelőzően azonban létrejöttek más, globális léptékű műholdas távközlési rendszerek, mint például a meteorológiai, a tengeri és repülésnavigációs rendszerek, valamint a globális helymeghatározó (GPS) rendszer. Az óriási bőségben rendelkezésre álló műholdas távközlési csatornákon keresztül magánhálózatok is kiépíthetők, mint például banki, kereskedelmi hálózatok, multinacionális cégek belső adatátviteli hálózatai. A szélesebb közönség számára való hozzáférés legfőbb akadálya a magas költség, a drága földi berendezések, az elszámolás kidolgozatlan módozatai.

Az Információs Társadalomra vonatkozó elképzelések népszerűségük első csúcsát a 80-as évek közepén érték el, a mikrogépek, a személyi számítógépek tömeges elterjedése, közhasználati cikké válása idején. Az ekkor megfogalmazott koncepciók szerint a társadalomban az aktív munkával foglalkozók egyre nagyobb hányada fog információk előállításával, és kezelésével-manipulálásával foglalkozni, ide értve a hagyományos tömegkommunikációs szektort, a filmipart és más kultúrahordozók előállításával foglalkozó ágakat is, amelyeknek műsor-előállítási tevékenysége már ekkor is igen jelentős volt.

Az információs társadalomról megfogalmazott elképzelések az utóbbi néhány évben új lendületet kaptak, mégpedig a számítógéphálózatok, elsősorban az Internet látványos elterjedése következtében. A korábbi elképzelések mellé olyan területek Interneten való „informatizálódásának” tanúi lehetünk, mint a könyvek, folyóiratok publikálása, virtuális könyvtárak, képtárak, filmtárak. A hagyományosan kulturális aktivitások mellett a kereskedelmi és reklámtevékenységek (vásárlás, hirdetés, pénzzel kapcsolatos műveletek stb.) is egyre szélesebb körben terjednek. A szétosztott munkavégzés, az otthon végzett távmunka lehetősége, és részben kialakulni látszó gyakorlata az Interneten keresztül egy globalizált szintéren ugyancsak új vonásokkal gazdagítják az összképet.

A tudás megtermelésének, tárolásának, szétosztásának globális médiumaként felfogott Interneten az információs társadalomra vonatkozó elképzelések „élethosszig tartó tanulás” aspektusa is új elemekkel bővül. Az Internet mint oktatási színtér ugyancsak újabb és újabb lehetőségeket vet fel.

A KONVERGENCIA

A konvergencia koncepcióját legújabbban az Európai Bizottság 1997 decemberében közzétett Zöld Könyve körvonalazta olyan átfogó formában, amely alkalmas további elemzésekre, vitákra, továbbgondolásra, nemzeti vagy lokális szintű akciótervek kialakítására.²

A konvergencia alapja (ahogy azt a Zöld Könyv is megállapítja) a technikai fejlődés. Ez egyrészt a digitalizálás egyre gyorsabb előretörését, újabb és újabb területek, berendezések digitális elvű újraalkotását jelenti, másrészt a látványos elterjedést és népszerűséget megért számítógéphálózatokat, így magát az Internetet. Figyelemreméltó az a viharos gyorsaság, amivel ezek a változások bekövetkeztek, és rövid időn belül áthatották és áthatják a távközlési, a média- és az információtechnológiai szektorokat, és egyre nagyobb teret foglalnak maguknak a széles körű alkalmazásokban, a mindennapi használatban is.

Ha megkísérelünk valamiféle definíciót adni a konvergenciára, akkor az egyik lehetőség az, hogy a precíz meghatározás helyett megelégszünk a jelenségeket lazán összefogó értelmezéssel. Két ilyen értelmezés kínálkozik jelenleg:

– az általánosabb megfogalmazás szerint a konvergencia azt jelenti, hogy különféle hálózati rendszerek (műsorszóró, hagyományos távközlési rendszer, illetve digitális számító-

géphálózat) a technikai fejlesztések nyomán egyaránt képesek alapvetően hasonló szolgáltatási fajtákat nyújtani, illetve hordozni, szétszítani;

– egy másik, a sajtóban népszerűbb fogalomértelmezés szerint olyan új fogyasztói eszközök és eszközkombinációk megjelenéséről van szó, mint a telefon, a televízió és a számítógép egyetlen eszközben való megjelenése, integrálódása.

Érdemes emlékeztetni arra, hogy a 80-as évek elején már felbukkantak olyan elképzelések, amelyek a házi szórakoztató elektronika középpontjába helyezték a tévékészüléket. Ehhez csatlakozott a video, a kamera, a kábeltévé és a műholdas tévé vevőegysége, valamint a személyi számítógép. A mostani elképzelések egy magasabb technikai szinten való integrálást ígérnek, de jószerivel ma még inkább csak ígérnek. A sajtóban megfogalmazott híradások a számítógépes, a távközlési és a műsorszóró területek azon törekvéseit tükrözik, hogy a fejlődés irányait befolyásolják és időben szert tegyenek a piac szegmenseinek ellenőrzésére.

A konvergencia jelentősen előbbre tart a hálózatok területén, mint a fogyasztói eszközök megalkotásában. A piaci szolgáltatások területén olyan jelenségekkel találkozunk, hogy például a hagyományos távközlési vállalatok hálózataikon audiovizuális műsorokat kínálnak, a kábeltélevíziós hálózat-üzemeltetők pedig például adatátvitelt nyújtanak. Mindkettő kínál Internet hozzáférést is. A műsorszóró csatornákon megjelentek az adatszolgáltatások, és ezt a törekvést csak fokozza, hogy belátható közelségbe került a digitális televíziós műsorszórás elterjedése is. Vállalati szintű, úgynevezett intranetekben szórakoztató típusú kép- és hangtovábbításra nyílik lehetőség. Ezeket a fejleményeket olyan vállalati összeolvadások, vásárlások kísérik, amelyek az alaptervékenység bővítését célozzák a fent jelzett irányokban. Így a konvergencia nemcsak a technológia szintjén halad előre, hanem az iparágak szintjén is (a jelzett tudatos összolvadások és vásárlások nyomán), valamint a szolgáltatások, a piacok területén is.

Ezek a jelenségek ösztönözték az Európai Uniót arra, hogy integrációs keretekben felvázolja a konvergencia jelenségeit, és célokat fogalmazzon meg az új helyzet szabályozására, a szükséges rész-politikák kidolgozására. Ilyen célok például a széles körű hozzáférés és a fejlődés szabadságának biztosítása, az európai társadalom számára megnyíló lehetőségekre és kihívásokra való reagálás.

A kiindulópontokhoz visszatérve, a technikai konvergencia alapja a digitalizálás, de ezen nemcsak a digitális hardver elemek egyre nagyobb mértékű alkalmazását kell érteni az infrastruktúrában. A szoftvermegoldások és a digitális formájú információtovábbítás két olyan további elem, amely az egész rendszernek nagyobb hatékonyságot, rugalmasságot, a gyors átkonfigurálás lehetőségeit, gazdaságosságot biztosít. Mindezek alapot nyújthatnak egy fokozottabban kreatív környezet kialakulásához, és az innováció terjedéséhez is.

Az audiovizuális ipar tartalomgyártó szektoraiban egyre nagyobb szerephez jut a digitális (számítógép alapú) technológia, a mozgóképek felvételében, készítésében és manipulálásában egyaránt. Ez újfajta jellemzőket biztosít az ilyen módon készített tartalomnak, amit különféle környezetekben lehet felhasználni, digitális tömörítési eljárások és digitális továbbítás közbeiktatásával. A tartalom digitalizálása jelenti azt a közös kiindulópontot, amit azután a különféle felhasználási módok, a különféle hálózatokon való továbbítás használnak és teljesít ki. A digitális formában előállított tartalom minősége a közvetítő, továbbító és szétszóró rendszerek szempontjából közömbös, ugyanolyan bitfolyamot jelent, mint a számítógépes információtovábbítás.

Az Interneten kialakult és kvázi szabvánnyá vált a hibamentes információtovábbítás

módszere, ami az úgynevezett TCP/IP protokollon alapul. Ez a megoldás nagyfokú szabadságot biztosít a továbbító rendszerek számára, ugyanakkor megkötéseket is tartalmaz, ha a hagyományos műsorszóró kommunikációs modell felől nézzük.

A HELYZET ELLENTMONDÁSAI

Az információ-feldolgozás és -továbbítás jelenlegi helyzetét az jellemzi, hogy a nagyközönség számára elérhető és megfizethető digitális hálózati átviteli csatornák nem elegendő kapacitásúak jóminőségű mozgókép átviteléhez az egyéni felhasználókhoz. Ugyanígy a feldolgozó kapacitások (a széles körben elérhető árú processzorok teljesítménye) is csak a legutóbbi időben érték el azt a szintet, ami már olyan minőségű mozgóképfeldolgozást és -megjelenítést tesz elérhetővé a piacon elfogadható áron, ami felveszi a versenyt a hagyományos analóg rendszerek biztosította minőségi szinttel.

A másik jellemzője a jelen és a közeljövő szituációjának, hogy együtt kell használni a kétféle elvű – az analóg és a digitális – rendszereket. Egyes esetekben ez technikai szempontból visszalépésnek vagy következtelenségnek tekinthető megoldásokhoz vezet. Például kapható olyan digitális elvű fényképezőgép, amely a képeket kisméretű hajlékony lemezre készíti. Ez a lemez azonban nem használható a jelenlegi számítógépekben. Bár ez lenne a felvett képek továbbításának és felhasználásának legésszerűbb útja, de a cég belső megfontolásai miatt (saját formátumú mikrofloppy egység) ez nem járható. Ehelyett a digitális kamera rendelkezik egy videokimenettel, amelyen keresztül tévékészüléken megnézhetjük a felvett képeinket. Ha számítógépeken vagy például az Interneten szeretnénk tárolni vagy továbbítani azokat, akkor olyan speciális kártyára lenne szükségünk a számítógépben, ami újra-digitalizálja a kamerában egyszer már digitálisan tárolt képet! Egy másik jellemző példa, hogy újabban megjelentek a piacon olyan monitorvezérlő számítógépes kártyák, amelyek hagyományos videojelet is szolgáltatnak. Ez azt jelzi, hogy tömeges igény jelent meg, vagy legalábbis várhatóan meg fog jelenni például a hálózaton közvetített mozgóképek videomagnón való rögzítésére és hagyományos formában való visszajátzására.

PROBLÉMÁK A SZÁMÍTÓGÉPES HÁLÓZAT MŰKÖDÉSE FELŐL NÉZVE

A konvergencia egyik kulcskérdése az, hogy a kétféle kommunikációs modellt megtestesítő információ-továbbítási megoldás, a *broadcast* jellegű műsorszórás és az alapvetően visszacsatolós, interaktív kommunikációt képviselő számítógéphálózat milyen módon és mértékben közeledik egymáshoz. A nagyobb probléma érdekes módon a számítógéphálózati fejlesztések előtt látszik tornyosulni.

A számítógéphálózati kommunikáció alapelveit, ahogy azok ma az Internet példáján előttünk állnak, úgy dolgozták ki, hogy a hálózatban résztvevő számítógépek állandóan üzeneteket cserélnek egymással, visszajelzik egy-egy adatcsomag megérkezését, illetve annak

hibátlan vételét. Ez az alapszintű, folyamatos visszajelzésen, nyugtázáson alapuló kommunikáció biztosítja a hálózatban a hibamentes átvitelt, a virtuális kapcsolatok felépítésének és lebontásának gyakorlatát. A *broadcast* jellegű műsorszóró modellt megvalósító, hagyományosan elektronikus tömegkommunikációként emlegetett rádió-, illetve televízió-rendszerben nem elsődleges fontosságú a „hibamentes átvitel”, legalábbis technikai értelemben nem. Arról van szó, hogy a műsorszóró adóállomás mindenféle közvetlen visszajelzés, vagy nyugtázás nélkül „az éterbe szórja” az elektromágnesesen kódolt jeleket. A megfelelő vevőkészülékek mellett ülők belső intelligenciájára hagyatkozik, hogy az adás során fellépő technikai pontatlanságokat a vevők korrigálják. (Ez persze nemcsak a technikai hibák tolerálására vonatkozik, hanem az üzenetek tényleges tartalmának megfejtésére, egyéni értelmezésére is, de ez már egy másik gondolatmenethez tartozik.)

Azt gondolhatnánk, hogy a fent bemutatott számítógépes kommunikációs környezetben egyszerű dolog megvalósítani a műsorszóró kommunikációs modellt, hiszen csak el kell hagyni, nélkülözni kell a visszajelzéseket. Nos, ez egyáltalán nem így van. A számítógéphálózat az érzékeny és sűrű visszajelzések nélkül egyszerűen nem tud működni. A másik probléma, hogy a számítógéphálózat nem olyan jellegű „*broadcast* közeg” mint amilyet az elektromágneses spektrum, a „frekvencia” képvisel a műsorszórás számára. A számítógépek távközlési vonalakkal (kábelek) vannak összekötve, amelyek pont-pont közötti kommunikációs kapcsolatot nyújtanak. Maguk az útvonal-képző számítógépek (router-ek) tartják nyilván a lehetséges és alternatív útvonalakat és képezik a forgalom tényleges irányait, de minden esetben egyik géptől a másik irányában és lehetőség szerint visszafelé is ugyanazon az útvonalon.

A kommunikációs alapelvek fenti rövid vázolásában már benne rejlenek azok a megoldási törekvések, amelyeknek ma tanúi lehetünk a hálózati környezetben. Ezek a fejlesztések jelentik azokat a lépéseket, amelyeket a konvergencia jelenségek alapjaiként ismerhetünk fel.

Az aszimmetrikus csatorna, mint információ/műsorszóró közeg

Az előbbi fejlesztési alapelvek alapvetően a már emlegetett, a gépek közötti kommunikáció technikai szintjeit leíró TCP/IP protokollok módosítását jelentik.

A módosítások egyik iránya az, hogy lazítanak a visszajelzések, nyugtázások (acknowledge) igénylésén.³ Egyes ilyen elképzelések szerint egy kvázi *broadcast* jellegű adatátvitel megindításához és fenntartásához elegendő a vevőknek a folyamat kezdetén egyszer bejelentkezni, illetve jogosultságot igazolni (ha mindjárt kereskedelmi keretek közé képzeljük a rendszert). Egy ilyen bejelentkezés, esetleges műsorválasztás után a kiszolgáló, a szerver nyomban elindítja a nagy tömegű, a fogyasztó felé irányuló adatfolyamot, a tényleges „kiszolgálást”. Az adatfolyam hibamentes átvitelének kérdése ebben az esetben függőben marad. Léteznek persze átmeneti technikai javaslatok erre, így például egy olyan megoldás, hogy a kért tartalmat a szerver többször is letölti, és a vevőnél egy szoftver komponens összehasonlításával dönt arról, hogy melyiket fogadja el hibátlannak (három példány esetén erre már van reális alternatíva). Ez a megoldás működőképes, pusztán az a probléma vele, hogy túlságosan pazarlóan bánt a ma még amúgy is szűkös csatornakapacitással.

A másik megoldási kísérlet a már ugyancsak bemutatott útvonalképzésekkel is kapcsolatos. A számítógépes hálózatban minden gépet egyedi jelzés (név és az úgynevezett IP szám) azonosít. Az útvonalképző gépek ezek alapján tartják nyilván és képezik azokat az út-

vonalak, amelyeken két gép között a kölcsönös kapcsolat felépülhet. Mivel a *broadcast* modell lényege éppen az, hogy nagy tömegben lehet igénybevenni gyors, „lefelé irányú” úgynevezett *download* csatornákat (műholdas, illetve kábeltévé csatornák), az oda-vissza kommunikáció nem lehetséges ugyanazon a csatornán. Ennek a problémának a megkerülésére születtek az aszimmetrikus csatorna elképzelések, és a kétféle útvonalon való *routolást*, útvonalképzést lehetővé tevő megoldások. A rendszer itt úgy épül fel, hogy a nagy sebességű adatszórás biztosító lefelé csatorna kiegészül egy lassú, jóval szerényebb képességű vissza-irányú csatornával, amin keresztül a vevők időnként elküldhetik nyugtázásukat, esetleges korrekciós kéréseiket, az újabb adatáramlás beindítását kiváltó parancsaikat. Az ilyen vissza-irányú csatornákra jelenleg a telefonos összeköttetés az egyik esélyes. Kábeltélevíziós rendszerekben kis teljesítményű rádiós csatornák is működhetnek ilyen célokból. Látható, hogy itt problémát okoz az is, hogy a gépek közötti kommunikáció a két irányban nem ugyanazon az útvonalon történik. Ez újabb nehézségeket vet fel, ha a rendszert globális méretekben működőnek képzeljük el. Gondoljunk arra, hogy egy-egy műholdas csatorna csak a földfelszín egy korlátozott régiójában teszi lehetővé a vételt, nevezetesen ott, ahol „rálátás” van a műholdra. A telefonon és az Interneten érkező kérések, „letöltési igények” azonban a földgolyó bármely pontjáról érkezhettek. Egy kidolgozott, az Internettel egybeépült rendszernek ismernie kell, hogy a kérés honnan jött és ennek megfelelően egy globális műholdas rendszer melyik tagján át, melyik csatormán kell elindítania a kérés teljesítését.

A jelenlegi kísérletek és kereskedelmi próbálkozások nagy kockázata az, hogy olyan részrendszereket igyekeznek elterjeszteni, amelyek a távlati megoldásokat esetleg nem fogják támogatni. Így például erős nyomás van abban az irányban, hogy a meglévő (földi és AM mikro) tévé műsorszóró állomásokon gyorsan bevezessenek egyfajta szolgáltatást, aminek a technikai alapjai később nehezen korrigálható korlátokat tartalmaznak.

Multicast backbone és a tartalom formálódása

Harmadik megoldási kísérletként szólni kell a már 6-8 éve kialakított és működő úgynevezett *multicast* hálózati rendszerről is. Itt arról van szó, hogy az alapvetően pont-pont közötti kommunikációra épülő hálózatban megkíséreltek létrehozni egy kvázi *broadcast* közeget, ez a *multicast* virtuális hálózat. Virtuális abban az értelemben, hogy az Internetet mint szállító, megvalósító, az adatforgalmat lebonyolító közeget alapul véve hoznak létre egy olyan hálózatot, amelynek működése, az azon folyó információátvitel „nem látszik” a közönséges Internet használók oldaláról nézve. Ehhez egymással kooperáló, speciális szoftvert futtató gépeket (*mbone router*-eket) kell felállítani, amelyek ezt a virtuális hálózatot megvalósítják. A szoftver működése nyomán ennek a virtuális közegnek a jellemző tulajdonsága az, hogy a gépek állandó kapcsolatban vannak egymással, és időről időre, a felmerülő igények szerint csoportokat alkotnak. Ezt a csoport címek (*multicast* címek) teszik lehetővé. Ezek a gépcsoportok azután kicserélik egymás között a kapott adatokat. Az adatok (videokonferencia képfolyam, digitalizált hangfolyamok, kollektíven írható-olvasható szövegállományok stb.) a *multicast* kliensektől érkeznek a virtuális hálózatba, és információt tartalmaznak arra vonatkozóan is, hogy maga a közeg milyen körben tegye azokat elérhetővé (lokálisan, csak a fizikai kábellel határolt „szegmensben”, regionálisan, vagy épp a teljes hálózatban, globálisan). Az így meghatározott terjesztési kör számára azután a *multicast* hálózat automatikusan biztosítja az „adások” szétosztását. Az *mbone* hálózat használó-

ja oldalán a kínálat úgy jelentkezik, hogy a kliens gépen rendelkezésre áll egy, a kínálatot venni, és kezelni tudó szoftver (*session directory*, *sdr*). Ennek segítségével nyomon lehet követni, hogy milyen forrásokból, milyen időzítéssel (mikortól meddig) és milyen eszközök, milyen „média” útján kínálnak valamilyen tartalmat. Praktikusan ez azt jelenti, hogy az adott időponttól néhány napra előre, óráról órára megjeleníthető a kínálat, ezekről a felkínált „műsorokról” további információ szerezhető például e-mail útján, vagy az itt már hagyományosnak tekinthető Web lapokról.

A műsor „vétele”, praktikusan a közvetítésbe való bekapcsolódás, a vázolt *session directory* programon keresztül nagyon egyszerűen valósítható meg. Az információs ablak megfelelő ikonjára kattintva a program betölti azt a kliens alprogramot, ami megjeleníti például a videoképet, megszólaltatja a hangot, elérhetővé teszi a résztvevők által írható és olvasható szöveglapokat, rajzfelületet. Ezzel lényegében az alapvető négy *multicast* „médiát” be is mutattuk.

Jelenleg nagy lendülettel folyik a fejlesztés abban az irányban, hogy újabb „médiákat” hozzanak létre. Ilyenekre példa a *WebCast*, *WebCanal*, amelyen francia fejlesztők dolgoznak. Ez a fent bemutatott *multicast* közeget használná ki igény szerint előfizetett web lapok letöltésére. Amerikai kutatócsoportok intenzíven dolgoznak a képszórás megvalósításán (*IMM*, *Image multicast*), valamint valós időben követhető szimulációs környezet létrehozásán. A már most megismerhető törekvések az úgynevezett VRML (*virtual reality*) irány eredményeit igyekeznek integrálni egy ilyen környezetbe.⁴ Bár az ilyen eszköz tartalmára vonatkozó elképzelések még csak nagyon homályosak, belátható, hogy miért épp az amerikai hadsereghez kapcsolódó fejlesztő központok érdekeltek az ilyen „virtuális média” kidolgozásában.

A *multicast* hálózat kidolgozásának megfontolásai között szerepelt, hogy az így létrejött virtuális hálózat gazdaságosan bányon a rendelkezésre álló csatornákkal. Ennek több vonatkozása van: az egyik az, hogy a felállított *router* gépek csak akkor közvetítik ténylegesen az elérhető adatforgalmat, ha a közelükben elindított kliensek ezt valóban venni is kívánják. Az így „kifeszített” virtuális hálózat nagyon kedvező tulajdonságokkal rendelkezik az igény szerint elérhető tartalmak kezelésére, meghatározott terjesztési kör kialakítására, sajátos, komplex csoportfeladatok megoldására. A tényleges használatot, a lehetőségeket még csak most kezdjük felderíteni. Már az első komolyabb használati próbálkozásokból láthatóvá vált, hogy ez az újszerű közeg megtöri például a World Wide Web által olyan sikeresen képviselt, egységes Internet publikációs stílust és nyelvezetet, amit a mindent elárasztó angol nyelvű, egyre inkább a reklámok formavilága felé nyomott, nyomuló, gyakran felesleges képekkel teletűzdelt weblapok jelentenek.

Az *mbone* természetes teret ad a kiscsoportos közös munkára. Amit jelenleg látni lehet, az az, hogy néhány német, két-három francia, vagy ugyanennyi angol egyetem összeáll és saját nyelvi keretben az amúgy is megtartott előadásokat „közvetítik” egymás számára. A különböző helyszínek pedig lehetőséget kapnak a konzultációra, a kérdésésre, a kollektív munkára.

Az *mbone* gazdag és csábító lehetőségei ellenére rendelkezik néhány hátránnyal is. Az egyik, hogy megfelelő működéséhez jó hálózati összeköttetés szükséges. Olyan sebességű kapcsolatokra van szükség, amilyeneket ma csak a lokális hálózatokban, illetve jól kiépített egyetemi környezetben lehet biztosítani. (Egy működő *multicast* „alagút” kiépítéséhez minimálisan 250 kbit/sec áteresztőképességű csatorna szükséges). Ez a legnagyobb akadálya annak, hogy szórványos amerikai kísérlektől eltekintve a szélesebb közönség számára nem kínálnak *multicast* szolgáltatást az Internettel foglalkozó cégek.

A másik probléma, hogy a legutóbbi időkhöz csak nagy teljesítményű munkaállomások (Sun és SGI szerverek) voltak alkalmasak a video és hang adatfolyamok megfelelő kezelésére, video képfolyam bevitelére, a hálózat felállításához szükséges *router* szoftver futtatására. A mintegy másfél-két éve már elérhető árú és teljesítményű IBM PC gépek megfelelő körülményekkel és a szükséges Linux alapú szoftverek konfigurálásával, módosításával most már lehetővé teszik talán átlagosnak tekinthető magyar egyetemi környezetben is ennek az új kommunikációs közegnek az elérését.

Ilyen kísérleti összeállítást valósítottunk meg az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport és a Közgazdasági Egyetem Nemzetközi Kapcsolatok tanszéke együttműködésében, az MTA SZTAKI, mint a hazai *mbone* központ támogatásával. Az összeállítás lényege, hogy a költségeket tekintve az alsó határt jelentő két jóminőségű IBM PC gép együttműködésével jött létre az *mbone* végpont. Mindkettőn Linux operációs rendszer fut, az egyik gép az *mbone router* feladatokat látja el, a másikon pedig a kliens szoftverek, a „média”-fejlesztéseket képviselő kísérleti rendszerek futnak. Az így összeállított rendszer segítségével lehetőség nyílik az *mbone* keretei között folyó kísérleti közvetítések jóminőségű nyomon követésére, a hazai kísérletekben való aktív részvételre (például sikeresen részt vettünk május elején az OMFB-ben szervezett konferencia közvetítésének vételén, és lehetőség van adási kísérletekre is).

Az *mbone* elterjedésének nagy lökést ad az a tény, hogy a hálózati forgalomirányításért felelős gépek, a *router*-ek új generációja már ismeri az *mbone* forgalom kezelését végző protokollokat. Az egyetemi környezetben felmerülő igényeket így a meglévő hálózat egyszerű átkonfigurálásával lehet majd kiszolgálni. Ugyancsak nagy léptekkel halad előre az *mbone* kliens-eszközök átültetése a Windows NT operációs rendszer alá. Ez a tény lehetőséget kínál azoknak is, akik nem akarnak, vagy idegenkednek a hálózati eszközöket „natív módon” magukban hordozó Unix alapú rendszerekkel közvetlenebb kapcsolatot teremteni.

Az a tény azonban tény marad, hogy az eddig nem ismert gazdag kommunikációs lehetőségeket kínáló *mbone* továbbra is igen bonyolult eszközöket igényel, amelyek széles közönség számára való elterjedése, megismerése és esetleges kereskedelmi alapon való használatbavétele még nem a közvetlen jövő programja.

PROBLÉMÁK A BROADCAST MÉDIA OLDALÁN

Bevezetésül néhány megjegyzés kívánczik még ide a hagyományos műsorszóró és szétosztó rendszer szempontjából. Néhány reflexió arra vonatkozóan, hogy mit kínál és mit nem a konvergencia, a digitalizálás mindent elöntő folyamata a jól kialakult és évtizedek óta működő, elsősorban televíziós műsorszórás számára.

A kiinduló megjegyzés talán az, hogy a televíziós képátviteli szabványokat meglehetősen régen, az 50-es években körvonalazták, az akkori technikai színvonalat figyelembe véve. Ezeken a szabványokon nyugodva gyártó iparágak nőttek fel, óriási készülékállományt magukba foglaló felhasználói rendszerek alakultak ki, és műsor-előállító alrendszerek jöttek létre, szinte megszámlálhatatlan mennyiségben (stúdiók, feldolgozó és közvetítő kocsik stb.), és ezek kifogástalanul dolgoznak ma is, nap mint nap, világszerte. Egy ilyen

hatalmas rendszer alapjait megváltoztatni szinte reménytelen vállalkozás. Bizonyítják ezt az évek során tett próbálkozások az egységes televíziós norma elfogadtatására, vagy a most már több mint évtizedes próbálkozás a kor technikai színvonalát tükröző képnorma kidolgozására, illetve elterjesztésére (HDTV). Ugyanígy radikális változást jelent ebben a rendszerben a digitalizálás is. Ennek azonban megvan az az előnyös tulajdonsága, hogy a rendszer részleteiben, lépésről lépésre is megvalósítható (például csak a kamerákban, a feldolgozó, a vágó, keverő, trükk egységekben). Ez a folyamat gyorsuló tempóban halad előre, a nagy feladat azonban a sokmillió egyéni tévékészülék új, most már digitalizált típussal való felváltása lenne. Úgy tűnik, ennek megoldását sem a közeljövő fogja eredményezni.

A műsorszórás számára tehát olyan kisebb léptékű, de korántsem elhanyagolható előnyöket ígér a konvergencia, mint például azt, hogy a meglévő műholdas műsorszóró csatornák átviteli kapacitásait jelentősen növelni lehet a képfolyamok tömörített sugárzásával. Erre a kidolgozott *mpeg* típusú, létező megoldások közel egy nagyságrendnyi javulást ígérnek. Tehát azon a műholdas csatormán, ahol korábban egy műsort sugárzott a hold, ott tömörítve, *mpeg* formátumban hat-nyolc független képfolyamot lehet sugározni, és a központi vevőállomáson szétbontva, például kábeleken továbbítani. Kérdés, hogy az így megsokszorozott csatornák mit is fognak majd szétosztani?

Egy másik előny olyan kiegészítő, esetleg interaktív szolgáltatások lehetősége, amiket a számítógéphálózat már jelenleg is nyújt, és amelyeket szorosabban lehetne, kellene kötni a televíziós műsorhoz. A csodadoboz, amit az amerikai fejlesztők a tévékészülék tetejére álmoldnak és esetenként talán már tesznek is, a *set top box* valószínűleg inkább riasztja a televíziós műsorszórás gyakorlati képviselőit. Nem eredményeztek túl nagy sikert, népszerűséget a korábbi interaktív televíziós kísérletek sem, s csak a bonyolult technikai megoldások emléke maradt utánuk. Ilyen félelem van az új, integrált otthoni hálózati végpontot képviselő dobozzal szemben is. Most a helyzet annyiban más, hogy kialakult, vagy legalábbis kialakulóban van egy egyre szélesedő használati réteg, amely az Internet varázslatait igyekszik birtokba venni. Ha számukra könnyebb technikakezelést, vagy épp olcsóbb csatorna-hozzáférést jelent az új lehetőség, legyen akár kábelmodem a megvalósítója, akár *set top box* a megtestesítő, akkor vevők lesznek az újításokra.

Sok a kérdőjel, sok az egymással versengő vagy épp egymást kiszorítani látszó fejlesztési és kereskedelmi törekvés. Hatalmas tőkeerő, jól átgondolt elképzelések, és a tényleges igények figyelembevétele szükséges ahhoz, hogy sikeres irányok körvonalazódjanak. A címben jelzett konvergencia jelensége tény, amit a számítógéphálózat robbanásszerű elterjedése, és a kereteiben indított fejlesztések motiválnak. Hatalmas gyártási kapacitásokkal és tőkével rendelkező multinacionális cégek állnak készenlétben, hogy a sikeres próbálkozások mögé álljanak, és a most már globalizált gazdasági háttér előtt gyors eredményekre, üzleti sikerekre fordítsák le azokat.

Az Európai Unió az idézett Zöld Könyvben megfogalmazta azokat a kihívásokat, amelyeket a konvergencia jelent az európai társadalmak számára, körvonalazta azokat a politikai és szabályozási kereteket, amelyek között a Közösségben dolgozni lehet. A mi feladatunk, hogy megismerjük ezeket a kereteket, és bekapcsolódjunk a munkába, igyekezzünk részt venni az együttműködésekben és kihasználni a lehetőségeket és előnyöket, amelyeket az új fejlődési irányok kínálnak.

¹ Robin Mansell: *The new telecommunications. A political economy of network evolution*. London, Sage Publications, 1993.

² Zöld Könyv. *A távközlés, a média és információs technológiai szektorok konvergenciájáról és ennek szabályozási kihatásairól. Az Információs Társadalom felé haladás szempontjából*. European Commission Brüsszel, 1997. dec. 3.

Web címe:

<http://www.ipso.cec.be/convergencegp>

Magyar fordításban elérhető az Informatikai Tárcaközi Bizottság szerveréről:

<http://www.itb.hu/dokumentumok>

³ J. Macker – W. Dang: *The Multicast Dissemination Protocol Framework*. Internet Draft, 1997.

⁴ *Distributed Interactive Simulation System*. Dis-Java-VRML-Simulation group home page.

Varga Károly

AZ ARÁNYPÁR MEGOLDÁSA. A MODERNIZÁCIÓ KOMMUNIKÁCIÓS ELMÉLETE 30 ÉV UTÁN*

Szecskő Tamás emlékének

EGY TÉMA FELBUKKANÁSA A 70-ES ÉVEK MAGYAR SZOCIOLÓGIÁJÁBAN

Egy híján harminc évvel ezelőtt kutatási témalistát nyújtottam át Szecskő Tamásnak, aki akkoriban vette át a Tömegkommunikációs Kutatóközpont irányítását, hogy válassza ki azt a problémát, aminek Amerikában való kiadósabb tanulmányozása hasznos lehet a TK számára.¹ Kissé meglepődtem, amikor Tamás első helyre az akkor még ideológiailag meglehetősen idegen és ennél fogva gyanús *modernizációs* témát tette, melyről volt valami konferencia-kapcsolataimból származó leírásom. De kellemesen is érintett a döntés, mert változatosságot jelentett az ideológiailag sterilizált, egyhangú kutatási tematikával szemben, bár nem mondhatnám, hogy megéreztem a pillanat nagyságát, azt, hogy ezzel a kiemeléssel nemcsak amerikai tartózkodásom fő érdeklődési és munka-iránya dőlt el, hanem utána még hosszú évekre szólóan kutatásaim, sőt a magyar szociológia egyik jelentős vonulatának „poligonja” is kitűzetett. Az történt ugyanis, hogy az Amerikában megszületett *Modernizáció és tömegkommunikáció* című könyvemet (az MRT szakkönyvtár 20. köteteként) Kulcsár Kálmán és Berend T. Iván lektorálta, akik nem csináltak titkot abból, hogy mennyire meglepte őket egy ilyen releváns eszmetömeg óvatlan átkerülése a „tiltott” kategóriából még ha nem is mindjárt a „támogatott”, de tényszerűen legalább a „tűrt” társadalomtudományi anyagok területére;² Berend explicit elismerésével, hogy ő személy szerint mennyit tanult a lektorálás alkalmából;³ és Kulcsár új szempontrendszerével, amely modernizációs cikkei és könyvei új hullámában jelent meg.

A vezető szociológus és a vezető közgazdász odafordulása a modernizáció témaköréhez és az ebben – és a szorosabban vagy lazábban ehhez kapcsolódó témákban – napvilágot látott jelentős műveik viszont már új mintázatba rendezték a hazai kutatási (és oktatási) erővonalakat. Az addig legfeljebb csak a TTF, a „tudományos-technikai forradalom” fogal-

* Ez a tanulmány a T 18259. számú OTKA projekt keretében készült.

mi eszköztárával rendelkező marxista szociológia (amely eszköztár eleve csenevésznek bizonyult a komplex társadalmi-kulturális jelenségek vagy akár csak a gazdasági mozgások megragadására is) most új távlatokat nyert és befelé is közelebb kerülhetett az életvilág való problémáihoz.

De az én további modernizációs kutatásaim számára is szabad utat vágta a szakma élén álló társadalomtudósok. Az ő irány-legitimálásuk nyomán nyílt lehetőség egyfelől olyan empirikus partizánkodásra, hogy adaptálhattam és honosíthattam a nyugaton és a harmadik világban széltében használt „modernitás-skálákat” (például az Alex Inkelesét és Joseph Kahlét), melyeket azután már itthon is keresztvalidálhattam a teljesítmény-motivációt mérő műszerbatteriaival (azzal a szintén akkoriban ide-validált mérő-rendszerrel, amely meglepően erős prediktornak bizonyult nemcsak a vegyipari és gyógyszeripari K+F sikerességének előrebecslésére, hanem a médiaviselkedés törvényei akkortájt indult felderítésére is),⁴ de amely modernitás-műszerek tétellistája – például a modern attitűdökben kimutatott „*pszichikai mobilitás*” mentálhigiénés értékeivel – az erre következő ENSZ-missziómban végrehajtott akciókutatásban is remekül eligazított.⁵ Ennyit az empiriáról. Ámde másfelől elméleti téren is kvázi „modernitás-szakértőnek” kezdtem érezni magamat, miután könyvem téma-párosa után most már el lehetett tűnődnöm a modernitás-skálákkal nyert mérési adatok belső és külső összefüggéseiről is, ahol az utóbbiak messze túlmutattak a média kontextusán, s nem is késlekedtem papírra vetni e tűnődések eredményeit.⁶

A MODERNITÁS INTÉZMÉNYI, ATTITÜDINÁLIS ÉS KOMMUNIKÁCIÓS ELMÉLETEI

Am itt most csak azt érdemes reprodukálnom, hogy milyen elméleti irányt követtem modernizációs kutatásaim törzsében, amit immár kerek emberöltő óta őriz ez a Szecső-kezdeményezte kötet. Nos, „háromszoros madártávlatból” már elmosódnak az árnyaló-bonyolító betétek és kitérők, és világosan kirajzolódik, hogy végül is három alapirányzat laza szintézisével próbálkoztam akkori annenbergi spekulációimban. Egyfelől könyvem bevezető fejezeteiben – átvéve Myron Weinertől, a *Modernizáció: A növekedés dinamikája* című tanulmánygyűjtemény (Basic Books, Inc., 1966) szerkesztőjétől a személyi verzus intézményi szempontú modernizáció-kutatás bontását –, mind az attitűdinális, mind a hatalmi-intézményi modernitás nyomvonalán végigmentem (bedolgozva az egyikbe akkori kedvenc témámat, a teljesítmény-motivációt, a másikba pedig a frissen megismert gerbneri közelítést a tömegközlés intézményi kontrolljáról, amit Amerikában a tőkés társaságok, a Szovjetunióban a párt és végrehajtott csatlós szervezetei gyakorolnak). Harmadfelől, már a monográfia törzsében, gyakorlatilag teljeskörűen bemutatam magát a modernizáció kommunikációs elméletcsoportját, amire munkám címe is utalt. A három iskola igényes, érdemi szintézisét persze akkor nem tudtam megadni, de hogy egyáltalán a modernizáció és kommunikáció kapcsolatának firtatásával, illetve a gerbneri tétel beszövésével – „a homofiliát (a hasonsszörűvé tételt, barátkoztatást) segítő kommunikáció lehet a hatalmi kontroll eszköze is” – milyen „mega-léptékű” problematikába keveredtem, ennek csak mostanában ébredtem tudatára.⁷ A régi tematika újbóli felidézésével ugyanis rá kellett eszmélnem, hogy mára már a nevezetes fogalmi páros – modernizálódás és kommunikáció – egyik tagja

sem tartja akkori kitüntetett, a megatrendnek abban a szakaszában súlyponti helyét. Jelen írásom ennek a ráébredésnek frisskeletű élményéből táplálkozik.⁸ Dolgozatomban tehát azt keresem és próbálom „aránypárban” beazonosítani, hogy *miközben a modernizációból globalizáció lett,⁹ vajon mi kerülhetett a másik oldalon a kommunikáció helyébe.*

Ha pedig már arra vállalkoztam ebben az írásban, hogy egyfajta „nagy idők tanújaként” részben saját élményeim faggatásából csiholok ki általános érvényűnek hipotetizált¹⁰ belátásokat, indokolt ennek az élménysornak teljes ívét egy futó pillantással áttekintennem. Itt mindenekelőtt a kommunikációnak a szokottnál nagyobb felbontó erővel megtapasztalt személyes élménye a T-csoportok Mekkájában, a National Training Laboratories székhelyén, a Maine-állambeli Bethelben említendő.¹¹ De nem kevésbé a kommunikációnak mélyebben átértett fogalma is Gerbner iskolájában, aki életművével a kommunikációnak a modern műveltségen belül olyan „alaptudományi” státuszt próbált kivívni, amilyent hagyományosan a fizika, a kémia vagy a biológia élvez.¹² Itt egyébként nyugodtan beszélhetek általában „Annenberg hatásról” is, hiszen George mellett Ray Birdwhistel, Ilona Gerbner, Larry Gross, Klaus Krippendorf, Percy Tannenbaum, Sol Worth, Charles Wright, Dolf Zillmann és mások ebből a szempontból egységesen képviseltek egy kommunikációs-fakultás küldetésstudatot. Ám mindezekhez járult még a rákövetkező években itthon kibontakozott tréneri és O/HRD-tanácsadói praxisom is, amely Kurt Lewin szellemében ténylegesen a megjavított kommunikációt használta fel a társas problémák „sorozatkulcsának”. (Annak a gondnokok, takarítók és tolvajok használta nyitóeszköznek, amit magyarul ugyan *dí* kulcsnak hívnak, de amit ebben a összefüggésben nem illenék így neveznem.)

A CSELEKVÉSFAJTÁK ÚJ FELOSZTÁSA

Eszmélődésem ívének második szakasza a 80-as évekre datálódik. Ekkortájt ámul-
tam el ebben a kommunikációra való tanult ráhangoltságomban Jürgen Habermas titokzatos tisztánlátásán, amikor először találkoztam a „kommunikatív cselekvés” névre hallgató filozófiai-szociológiai kategóriájával.¹³ Meghökkenett, hogy hogyan hibázott rá ez a szociológus-filozófus ilyen pontosan korunk gondolkodásának és érzületének erre a lényegére. Járt vajon ilyen tréning-csoportokban? Vagy a Pennsylvania-Annenbergben?¹⁴ Vagy hol egyebütt ismerte fel az empátiát mint az ember „nembeli lényegének”¹⁵ mostanra megérett (gyakorolt és tudatosult) új minőségét? Hogyan döbbsen rá, hogy a korábbi korokhoz képest a kommunikációnak ez a középpontba rúkkolása az igazi újdonság? Ebbéli tűnéseimben nem a habermasi gondolat-szerveződés belső logikája volt érdekes számomra, (mert az voltaképpen nagyon is eltért az én akkori naiv összefüggés-keresésemtől és kikerekítéseimtől), hanem pusztán az élmény, hogy betheli és annenbergi tapasztalataim alapírányát láthatom viszont egy lényegretörő nagy gondolkodó tematizálásában.¹⁶

Ámde ugyancsak Habermas vitte tovább is és helyezte el mind elméleti (általános antropológiai), mind gyakorlati (a machiavellizmus kezelésére is alkalmas) orientáló egészbe ezt a kommunikatív magatartást azzal, hogy abszolút lényegretörően a „stratégiai cselekvéssel” állította szembe. Habermas abból a fő szempontból adja nagy tipológiáját a cselekvésfajtáknak, hogy egoista módon a sikerre orientálódnak-e vagy célfüggvényük a kölcsönös megértés és a célok összehangolása. A kommunikatívon belüli bontás (amit Max Weber

másirányú tipológiájából mentett át) ezen a ponton kevésbé releváns számunkra. A stratégiaiában azonban van egy olyan alkategória, a „burkolt stratégiai cselekvés” (értsd: kommunikatívnek álcázott, valójában stratégiai magatartás) és ennek még további bontásaként az öntudatlan megtévesztés (mint szisztematikusan eltorzított kommunikáció) és a tudatos megtévesztés (a manipuláció), amelyek kulcsfontosságúak lesznek a megatrend újabb szakasza, a globalizáció attitűdinális lényegének feltárásához.

E nagyigényű elmélet felhasználásához a hozzámért bátorságot ismét csak saját élményanyagomból merítem. Mert amióta összeállt bennem ez a szociológián és pszichológián kívül a hagyományosan az etika fennhatósága alá tartozó területekre is benyúló¹⁷ játékelméleti-antropológiai paradigma, aminek lényegét szabatosan rögzíti Habermas „kommunikatív vs. stratégiai” dichotómiája, azóta ebből a nézőpontból is figyelem tréningcsoportjaink tucatjainak beszédes dinamikáját mint „sűrített életet” s értelemszerűen főleg az olyan „strukturált élmény” játékokat, amelyek a fogoly dilemma logikájának a kiszerelei, hogy például javít-e valamit a közben lehetővé tett kommunikáció a felek összefogási esélyein vagy továbbra is fogva maradnak az egoista stratégiák egymást és önmagukat is tönkretévő logikájában. De másfelől nemritkán ugyanebből a látószögből nézem a sokkal kuszább, ám esetenként mégiscsak világosan ilyen rugókra járó mindennapi életvilágot is. Sőt harmadfélről a politikai és nagytársadalmi szinten is találok nem elszigetelt példákat arra, hogy a kommunikatív veruszt stratégiai cselekvésnek ez a habermasi megkülönböztetése tesz értelmezhetővé bizonyos paradox helyzeteket.¹⁸

A kommunikatív veruszt stratégiai (az utóbbin belül az álkommunikatív) cselekvéstípusok „elvegyülésének és szétválásának” már az Annenbergben tanúja voltam az odalátogató Everett M. Rogers és a házigazda George Gerbner vitájában. Akkor megéreztem, azóta kristálytisztán látom, hogy itt két filozófiai antropológia (világnézet, szinte vallás) tudós stratégiai csaptak össze („hitvitában” vagy „terepasztalon”). Rogers a modernizáció evangéliumának apostolaként, Gerbner a majdani globalizáció apokalipszisének fenyegető prófétajaként. Megindító volt az a karitatív gondoskodás, lelkiismeretesség, ahogy Rogers beszámolójából kiviláglóan a fejlődő országokba küldött innovációs szolgálat aggódott (és tett is) azért, hogy a modernizáció üzenete („jó híre”) csorbíthatatlanul eljusson ezek „átlagos parasztjához” (tehát ne csak a műveltebbek és gazdagabbak vékony „felhám”-rétegéhez). Ehhez nem elégedett meg a kommunikáció közepes vagy pláne bukdácsoló színvonalával, hanem a leghatékonyabb változatait kereste: az innováció felkent térítői kutassák föl azokat a véleményvezéreket, akik már innovatívabbak a többiekénél, tehát hallgatnak a *change agent*-re, de nem túlságosan innovatívak, mert akkor meg rájuk nem fognak hallgatni ezek a többiek. A gerbneri szemlélet azonban mindezt egy jóval átfogóbb és stratégiai típusú képzetben értelmezte. Európai emlékezetében a Mária Terézia-féle „etetni a birkát, hogy nyírni lehessen” asszociációi rémlettek vissza a rogeriánus gondoskodás nyomán. Itt tehát két egymástól meglehetősen távoli lépték szemléletkülönbségének lehettünk tanúi. Kicsiben (molekulárisan) nonprofit, sőt őszintén altruista hozzáállás,¹⁹ makroléptékben (molárisan) szemlélve azonban ennek épp az ellentéte: a könyörtelen profitbehajtás csapdarendszerének a telepítése. Gerbner rámutatott a tőkés társaságok mozgatta média logikájára: a közönség érdekeinek kiszolgálása ürügyén a gazdasági-társadalmi erők harca folyik, mindenekelőtt a piacokért, illetve a politikai befolyásért. S horribile dictu: a kommunikáció is a hatalmi törekvések eszköze lehet, éspedig minél hatékonyabb, annál jobban; vagyis itt csap át ellentétébe: stratégikus tétté válik. S innen már látható az innovatív lelkülethez hozzáédesgetett „átlagos

paraszt” fejlődésének végállomása is a majdan globalizálódó világban: a *full fledge*, a kifejlett konzumidióta, aki („amely”) a tőkés vállalatok piacgondjainak megoldására szolgál.

Egyébként Gerbner általános kommunikációs modellje – amely elsősorban a tömegközlést képezi le, de többé-kevésbé mindenfajta kommunikációs helyzetre érvényes – voltaképpen kétharmad részben stratégikus és csak egyharmad részben genuin kommunikatív cselekvéstípust ír le. A modellt egy derékszögű háromszög ábrázolja, ahol a derékszögbe összefutó befogók csúcsában van a kommunikátor (K), aki az egyik irányban az egyik befogó–átfogó találkozási pontban jelölt valóságot (V) észleli (*é/K*), a másik irányban pedig ezt az észleletet a másik befogó–átfogó találkozási pontban jelölt Fogadó (F) számára közvetíti (*k/K*). A háromszög három oldala pedig:

- a) a „politika” (ahogy az észlelő-kommunikátor szelektíven megragadja a valóságot),
- b) a „művészet” (ahogy a közvetítő-kommunikátor célzatosan megformálja már amúgy is szelektált észleletét), és
- c) a „tudomány” (amely végre objektíven, tehát a Habermas-féle valódi kommunikatív cselekvés konstatív modalitásában észleli és közli a valóságot).

Mind a „politika”, mind az így értett „művészet” Habermas felosztásában az ellenlábás térfélre, a stratégiai cselekvés kategóriájába kerül, s eszerint csak a „tudomány” marad a genuin kommunikatív cselekvés oldalán.²⁰

A KOMMUNIKATÍV VERZUSZ STRATÉGIKUS MAGATARTÁS ÉS A HATALMI ASZIMMETRIA

Ezeknek a vitaadálékoknak a jelen elmélkedésünkbe való megidézésével már nagy léptekkel közeledünk alapkérdésünk – „mi jön a globalizációban a kommunikáció helyére?” – modellszerű megválaszolásához. Ez ideig azonban sem Gerbnertől, sem Habermastól nem kaptunk iránymutatást arra nézvést, hogy milyen tényezők függvényeként várhatjuk a valódi kommunikatív és milyen más faktorok hatására a stratégiai (illetve álkommunikatív) viselkedés dominanciáját.

Erre vonatkozólag a tréninggyakorlat irodalmában forgalmazott belátásokhoz kell fordulnunk, amely iránti bizalmunkat megalapozták és folyamatosan táplálták ebben a műfajban elért saját eredményeink éppen úgy, ahogy kielemezett és okaikban megértett kudarcaink. L. Dave Brown három akciókutatásának tanulságai segítenek itt mélyebb belátásokhoz.²¹ Az első egy olyan tréningpárosban valósult meg, ahol egy szép szándékú, de csúfos kudarcba fulladt kommunikációs tréning nyolc hónappal későbbi – korrigált szabályok szerinti – megismétlése meghozta a sikert, és ezzel az idevágó hipotézisek igazolását, amelyek arra válaszolnak, hogy mi csúsztatja bele a tréninget a destruktív stratégikus modalitásba, illetve mi őrzi meg építő kommunikatív jellegét. Brown egy városfejlesztési projektben közös akcióra próbálta hangolni a város gazdagjaiból („Haves”) és szegényeiből („Have-Nots”) verbuvált projekt-team tagokat. Az első, kudarcos tréning utólagos elemzéséből az derült ki, hogy a gazdagok jobban szolidarizálódtak egymással és jobban meg is voltak szervezve, mint a szegények, tehát egyéb előnyeik, például a tanultság és beszédkészség mellett még ez is növelte a két félcsoport közötti hatalmi aszimmetriát. Ezért a második tréningre az ide hívott gazdagok között már nagyobb heterogenitást hoztak létre (például foglalkozás, ill.

felfogásbeli különbségek révén), a szegényeket pedig előzetesen jobban megszervezték. Az eredmény az lett, hogy míg az első tréning után a gazdagok és a szegények a legnagyobb haraggal váltak el egymástól és a kínkeservesen elhatározott közös akciókból semmi sem lett, addig a második során spontán módon vegyes gazdag–szegény al-teamek alakultak egy-egy projektrész megvalósítására, amely megvalósítás immár tartós akciókban is érvényesült.

A második és harmadik akciókutatás a felek közti hatalmi aszimmetria és a kommunikatív verusz stratégiai jelleg valószínűsége közötti viszonyt tisztázza. Az egyik azt mutatja meg – Zimbardo híres börtönkísérletének²² egy módosított változatával –, hogy a hatalmi aszimmetria és konfliktuspotenciál milyen küszöbértéke fölött várhatjuk a magatartás stratégikusságának megszilárdulását és további erősödését, és milyen alatt lehet egyáltalán remény ezek lecsengésére, vagyis nyílhat meg a kommunikatív kiegyenlítődség útja. Dave Brown személyesen a „páriák” sorában csinálta végig a kísérletet, és élte meg e csoport magára eszmélésének és szívós fölerősödésének folyamatát, majd azt, ahogyan a harmadik, közbülső csoportnak az „elitől” való eltántorításával végül is „át tudták venni a hatalmat”. A másik akciókutatási terepkísérlet pedig azt pontosította, hogy a felek közti hatalmi aszimmetria szédítően nagy, közepes és elenyészően kicsi fokozatai hogyan viszonyulnak a kommunikatív verusz stratégiai modalitás valószínűségéhez, és hogy ennek alakításában – illetve a konfliktus célirányos, átmeneti élezésében vagy tompításában – milyen szerepe lehet a „harmadik félnek” (itt: a trénereknek), amint ennek példáját már az első tréningpárosban is láttuk. Nos, itt azt az eredményt kapta, hogy az igen nagy hatalmi aszimmetria esetén az a tipikus, hogy tanácsadók csak a fentieknek, a hatalom birtokosainak (és a stratégikus kizsákmányolóknak) vannak, a lentiek (vagyis a kizsákmányoltak) pedig szervezetlenek és tanácsaltalanok. Ennélfogva nincsenek is tiszta tudatában annak, hogy stratégiai cselekvésrendszer részesei (hanem azt a kategóriát élik, amit Habermas „tényszerűen megszokott cselekvésként” aposztrofál és a cselekvés „érdekhelyzet révén való koordinációján” belül az „alacsony racionalitásfok” rubrikájában helyez el²³). A hatalmi aszimmetria közepes fokán már az alsóknak is vannak külön tanácsadók, és ilyenkor átmenetileg – esetleg hosszú, többmenetes átmenettel számolva – az eddigi elnyomókkal szembeni antagonizálódásnak kell következnie, ami a fejlődésnek és az önazonosság megtalálásának kikerülhetetlen fázisa.

Vagyis itt már megkaptuk egy fejlődési poligon két első kitűzési pontját, amibe beválogathatjuk a habermasi ömlesztett – illetve más szempontból hierarchiába épített – kategóriákat. Itt tehát ebből a készletből az alapszintre a „tudatosság nélküli, szisztematikusan torz” kommunikáció kerül, középszintre a „stratégikus cselekvés” (akár nyílt, akár burkolt). A fejlődési vonal harmadik, legérettebb állomása pedig, amely Brown terepkísérleteiben a fentlevők és lentlevők közös trénerek és tanácsadók katalizálása melletti konstruktív kommunikációja, a habermasi rendszerből is éppen a még fennmaradt kategóriát, a „valódi kommunikatív cselekvést” hívja be.

Hogy pedig ez az okadatolás a habermasi bevilágító taxonómiához és a Gerbner-féle szemléleti tisztázáshoz képest is valódi továbblépést jelent alapkérdésünk megválaszolása útján, annak egyszerű megfontolásától válik nyilvánvalóvá, hogy a globalizáció egyik legbiztosabb, sehol sem vitatott strukturális ténye a centrum és a periféria közötti hatalmi és gazdasági erőbeli különbség további, sőt gyorsuló növekedése.²⁴ Ez a hatalmas – és tovább növekvő – hatalmi aszimmetria a „Haves” és a „Have-Nots” között nem engedi eltitkolódni a valódi kommunikáció kilátástalanságát és a kommunikáció helyébe tolakodó stratégiai cselekvés totális dominanciájának legkomorabb kilátásait.

Eljutottunk tehát a dolgozatunk visszaemlékező részében feltett kérdés egyszavas megválaszolásáig, vagyis a címben említett aránypár megoldásáig:

$$M : K = G : \Sigma,$$

vagyis

a Modernizáció úgy aránylik a Kommunikációhoz,
ahogy a Globalizáció a Stratégiához.

Ámde a stratégiát úgy is kifejezhetjük: „háború”,²⁵ (mint ahogy a kommunikációt mélyértelmen úgy is nevezhetjük: „béke”). A globalizáció „háborús” jellegének ehhez a döntő felismeréséhez egyébként más-más levezetések útján természetesen többen is eljutottak. Meggyőző például Vass Csaba gondolatmenete *A globalizációs világrendszerváltás és létmód-váltás* című dolgozatában (Valóság, 1997. 9. sz. 1–20. o.), annak is „A globalizációs világérintkezési mód: a puha világháború” című fejezetében. Itt a szerző az atombomba tényéből vezeti le azt, hogy a világtársadalom szupranációinak a világhatalom megszerzése kérdésében el kellett tekinteniük a támadónak is biztos pusztulást ígérő eddigi fegyverfogalom használatától, hanem e helyett „a világhatalom eldöntésének érdekében fegyverre alakították azokat az eszközöket, amelyek korábban a társadalmi élet közönséges funkcióinak a gyakorlására fejlődtek ki: a pénzt, a tömegtájékoztató eszközöket, az értékmeghatározást, a kereskedelmet, a társadalomszervezést, az önazonosság meghatározását”. Különösen borzalmas itt (minden alattomos puhasága ellenére) a legutolsó. Illyés Gyula *Egy mondat a zsarnokságról* című versében még csak ez áll: „Ő mondja meg, ki voltál”, de itt már ez: „Ő mondja meg, ki vagy”.

Egyébként a létezett szocializmus letűnése is valószínűleg nagyot lendített az álkommunikatív-stratégikus globalizáció előbbrejutásán, célfázisba érkezésén. Sőt elmondható, hogy amiként Lenin abba az irányba fejlesztette tovább Marxot, hogy – az osztálykizsákmányolás helyett az országok és országcsoportok közöttivé vált kizsákmányolásnak mintegy „négyzetes hatványú” tételezésével – a kapitalizmus fogalmából az imperializmusét extrapolálta (miközben épp a szovjet államkapitalista nagyhatalomból lett az ilyen típusú imperializmus egyik legdurvább megvalósítója), úgy most ugyanezt az irányt tartva érkezünk el az újkapitalista globalizáció „kizsákmányolás a *köbön*” képletéig. Itt már a leninizmus utóvédjei egyáltalán nem jelentenek akadályt az önző („stratégikus”) kapitalizmus-imperializmus világhatalmi törekvéseinek, sőt ellenkezőleg: meglepő készséggel töltik be a korábban ugyancsak a marxizmus–leninizmus teoretikusai által definiált „komprádor burzsoázia” funkcióját (azét a megvásárolt, lelkiismeretlen, hajcsár rétegét, amely elárulva saját népének érdekeit, átállt a győztes kizsákmányoló oldalára és közreműködik népe vagyonának elkótyavetyélésében, nemzete adósságcsapdába ejtésében és emberi erőforrása bérabszolgáltatásba süllyesztésében). Az atombomba ténye mellett tehát a szocialista világrendszer gátlóból előmozdítóvá válása is hozzájárult ahhoz, hogy a globalizálódó világban ilyen puha („álkommunikatív”) módon – és egyben ilyen félelmes hatékonysággal – szerzik meg a totális hatalmat a gazdasági-politikai szupraerők.²⁶

Hogyha a küszöbön álló globalizáció irányában előretekintünk az emberiség jövődő

sorsára, érdekes paradoxon tűnhet fel számunkra. A közvetlenül előttünk álló etap – ahogy ezt például Korten és iskolája kimutatja²⁷ – meglehetősen sötét. Ám ha nagyobb távlatot vesszünk, a fény újból visszatér, ahogy ezt például László Ervin (és az általa idézett Teilhard de Chardin) szuperkultúra-jóslata, illetve nooszféra, planetáris tudat („világlélek”, kollektív „agyak agya”) koncepciója elének vetíti.²⁸ László felvonultatott „optimista” szerzői, David Bohm, Werner Heisenberg, Ilya Prigogine és maga Teilhard is természettudós-filozófusok, ami azt jelezheti, hogy az emberiség mint a kozmosz része még teljes potenciálját őrzi annak, hogy a világegyetemmel és önmagával is harmóniában élhet. Ámde ezt a giga-léptékű reményt az itt alkalmazott habermasi terminológiánkkal úgy is leírhatjuk, hogy a korunkra jellemző stratégikus magatartás távlatilag újból átmegy (valódi) kommunikatívba. Ezt az elővételezett váltást pedig két eltérő modellben is értelmezhetjük.

Egyfelől úgy, hogy az elkezdett globalizáció – itt Teilhardra tekintettel stílszerűbben: „planetarizáció” – folyamatát az L. D. Brown és Habermas közös nevezőre hozott fejlődési képletébe illesztve, a mostani és közvetlenül előttünk álló szakaszban ugyan a közepes fejlettségi fok antagonizáló jellegét emeljük ki, a távolibbra viszont már bátran prognosztizáljuk, hogy e globális társadalom a fejlettség felső foka felé haladtában intellektuálisan és erkölcsileg „érettebbé”²⁹ válik, ami implikálja, hogy a kölcsönös megértés és a valódi kommunikáció értékeire válik nyitottá. Ez tehát egy egyirányú haladási modell, amely az élő szervezetek és a személy fejlődésének (komplexebbé válásának) analógiájával ragadja meg és predikálja a jelenlegi és a várható társadalmi alakulásokat.³⁰

De másfelől e fejlődési vonalat, amely a modernizációtól a globalizációig, illetve ez utóbbi jelenlegi és közeljövői, konfliktusokkal terhelt állapotától a távlatilag várt és elvárt harmonikusabb állapotáig ível, úgy is modellezhetjük, hogy „ciklikus lüktetést”, vagyis a kommunikatív és a stratégikus életérzések és magatartások visszatérő váltakozását tételezzük fel a mega- (giga-) trendben. Mivel pedig a kommunikatív cselekvés mindenképpen kontrolláltabb, mint a stratégiai – hiszen a direktben adott önző impulzussal szemben magasabb egységbe építő, „konceptuális” vezérlést tételez fel – adekvátnak tűnik erre a területre is alkalmazni J. R. Beniger „kontrollforradalmi” modelljét, amely az emberi társadalom fejlődését kontrollkrízisek és az ezeket feloldó kontrollforradalmak hullám-vonulataként értelmezi.³¹ E kibernetikus modell vezérszempontjával egyébként találkozhatunk az Ashby-féle „megkövetelt változatosság törvényében”, amely szerint a szabályozó alrendszer nem maradhat el kapacitásban, felbontó erőben az operátor alrendszerétől.³² Vagy ha mégis ez történik, mert például az operátor alrendszer fejlődése annyira felgyorsul, hogy ezzel a regulátor alrendszer már nem tud lépést tartani, akkor az egész interszisztémában súlyos zavarok, válságtünetek jelentkeznek, és – ahogy ezt a fázist már Beniger modellezi – a krízist a soronkövetkező kontrollforradalom lesz hivatva feloldani.³³

A kontrollforradalom modelljének a globalizációra való alkalmazása jelentős új belátásokat ígér. Ez egyfelől azt jelenti, hogy a jelenlegi és közeljövői „stratégikus” – kaotikus és konfliktussal terhelt – állapotot vezérlési válságként kell diagnosztizálnunk, másfelől a távlatilag várt „kommunikatív” – azaz kölcsönös előnyök és egyetértés alapján rendezett – állapotot pedig e krízis kontrollforradalmi megoldása gyanánt kell prognosztizálnunk.

A modell szerzője tudatában van közelítésmódja centrális jelentőségének,³⁴ amit mi is osztunk. Ügyelnünk kell azonban arra, hogy ezt az átfogó és a jelen folyamatok megragadására alkalmas modellt ténylegesen az eddigi okfejtéseinkben immár pontosan beazonosított, lényeginek vélt korproblémákkal tudjuk szembesíteni, hogy aztán ezek megoldásában segítsen tovább bennünket. Nos, már gondolatmenetünk korábbi szakaszában eljutottunk ad-

dig a belátásig (lásd a 17. jegyzetet), hogy a stratégikus és kommunikatív cselekvésfajták kontrasztjában játékelméleti és etikai problémák jelentkeznek. Az etikai téma okfejtésünk későbbi fázisában is nagy hangsúlyt kapott, amennyiben például kimutattuk, hogy a hatalmi aszimmetriával menetrendszerűen távozó kommunikatív és érkező stratégikus (álkommunikatív) magatartás mennyire vésszen erősi és fokozza a gyengék deprivációját és juttatja igazságtalan előnyökhöz az amúgyis gazdagokat és erőseket („Máté effektus”), illetve, hogy a hatalmi aszimmetriával összefüggő elnyomó és kizsákmányoló magatartás (például a nemzeti kisebbségek kényszerasszimilálása) mennyire vigasztalóan fejleszti és emeli etikailag és intellektuálisan az alul levők értékeesebb rétegét és mennyire demoralizálja és debilizálja a privilégiumok szűkkeblűen önző haszonélvezőit. A Beniger-modell tehát – mind diagnosztikus, mind terápiás-prognosztikus alkalmazásában – akkor válhat hasznossá, ha épp ezekre az etikai problémákra, illetve ezek játékelméleti vetületére kínál tisztázást és irányoz elő, valószínűsít valamilyen megoldást.

MI HOZZA VISSZA A KOMMUNIKATÍV TÉRFÉLRE A GLOBALIZÁCIÓT??

A Beniger-modell alaposabb átgondolása nyomán tudatosíthatjuk ennek egyik idáig hangsúlyárnyékban maradt momentumát, nevezetesen azt, hogy a szerző – Norbert Wienert követve – a kontroll fogalmától elválaszthatatlannak tartja az információfeldolgozás és a reciprok, vagyis kétirányú kommunikáció ikertevékenységeit. Ez a szerves egység, vagyis az információs technológia viharos fejlődése, a kontrollfunkció kiteljesedése és az oda-vissza jellegű kommunikáció kibontakozása és dominánssá válása, mint élő együttes, mintegy technológiai garanciát nyújthat arra, hogy a kontrollforradalom épp a kommunikatív cselekvés irányában fogja feloldani a fullasztóan sűrű és egyelőre egyre töményebbnek érzett krízist. A technológia fejlődése által kialakult válságból eszerint itt is a technológia segítségével törhetünk ki. Wiener és Beniger azonban hangsúlyozzák, hogy itt nem a technológia szűkebb műszaki fogalmáról van szó, hanem a természetes folyamatok mindenfajta intencionális extenziójáról (például a szavazás ilyen általános technológia a kollektív döntéseknek a szociális egységek kontrolljához való megszerzésében). De vajon a mi kiérlelt problematikánkban mi lehet az a kulcstechnológia, amittől a jelen kontrollkrízisből való kiszabadulásunkat várhatjuk? Mi felelhet meg az ezredfordulón és utána annak, amit a 19. század gőzerejű „orsópörgetése” okozta válságból való kijutásnál a bürokrácia jelentett, a 20. századi technológiai, gazdasági és társadalmi szuprafejlődés vezérlési zavarainál pedig az elektronika (a század utolsó negyedében a telematika)? Nos, a válasz az eddig belátottakra alapozva konkrétan és egyértelműen a stratégikus magatartásból a kommunikatív cselekvés szférájába átvezetni (oda visszavezetni) képes, játékelméleti alapo zású humántechnológiára utal. Ez az eddig listázott három kontroll-forradalom – tehát a bürokratikus, az elektronikus és a telematikus – után a negyedik lehetne, amit „humán forradalomnak” kellene neveznünk. Ez egyfelől kielégíti a wieneri követelményt, vagyis azt, hogy a technológia-szülte kontrollválságot magasabb szintű technológia üsse is helyre, de másfelől pontosan illeszkedik a jelen probléma megoldásának fő tartalmi posztulátumába: a gyógyítást az etikai rend helyreállításával próbálja meg elérni. Ez annak jegyében reális és aktuális,

hogy – mint fentebb írtuk – a játékelméleti-antropológiai paradigma, aminek lényegét szabatosan rögzíti Habermas „kommunikatív vs. stratégiai” dichotómiája, a hagyományosan az etika fennhatósága alá tartozó területekre is benyúlik, sőt az etikának egyik koradekvát megjelenítését adja.

A játékelméleti alapozású humántechnológia és az etikai (illetve ezzel harmonizálójogi) rendbe való integrálódás a globális problematika megoldási irányát tovább konkretizálja a világethosz rendszervázlata (projektje)³⁵ felé, ezen keresztül viszont felveti a világvallások és köztük a kereszténység lehetséges szerepének kérdését ebben a témakörben. Mindjárt a téma első érintésénél idézzük fel a nagy átlátású Nyíri Tamás halála előtt megjelent könyvének egy bátor – mert kétélű kardként metsző – kitételét: „Vallás nélkül nincs jövője az emberi kultúrának. De akkor sincs jövője, ha a vallások úgy maradnak, amilyenek.”³⁶ A vallás és ezen belül a kereszténység szerepét itt abból a szempontból kell relevánsnak tartanunk, hogy a természetjogra és a *philosophia perennis*-re épülő szociális tanítása éppen akkor formálódott meg, amikor a liberális kapitalizmus igazságtalan rendszerével szemben alternatív világrendszerként kezdett fellépni a marxista szocializmus. Akkor, és még körülbelül egy évszázadon keresztül úgy tűnt – különösen a marxizmus–leninizmus indoktrinációjának védtelenül kitett kultúrák tagjai számára –, hogy az egyház szociális tanítása nem igazán harmadik út, hanem csupán egyik változata a magántulajdonon alapuló tökéletes rend apologetikájának. A marxizmus teljes bukásának kellett elérkeznie ahhoz, hogy világgossá váljon: egy lényegi szempontból éppen ez a keresztény szolidarizmus az, amely egyedül áll szemben mind a liberális kapitalizmus, mind a marxista szocializmus tanával és rendszerével. Ez az igen döntő szempont pedig nem más, mint a dolgozatunknak is tengelyében álló habermasi kommunikatív verzusz stratégiai cselekvés bontása. A stratégiai, konfliktusalapú, megosztó, *diabolizáló* (diabolein = hasítani, diabolus = ördög) térfélen csak egyazon paradigma aleteiként állanak kapitalizmus és szocializmus a maguk egyöntetűen önző (kizsákmányoló, illetve a kizsákmányolásra szervezett agresszióval válaszoló, majd még keményebb kizsákmányolást készítő) alapbeállítottságával, a kommunikatív térfélen pedig a keresztény szolidarizmus³⁷ a kölcsönös megértés és a célok összehangolása magatartástípusával. Amióta tehát a liberális kapitalista rendnek valamikor alternatíváját ígérő marxista szocializmusról kiderült, hogy mégsem alternatíva – sem abban az értelemben nem, hogy hatékonyabb és igazságosabb lett volna a fejlett kapitalizmusnál, sem abban, hogy tőle eltérő elvet próbált volna megvalósítani –, e történelmi léptékű kritika kudarcba fulladása után a kapitalizmustól tovább gyötört emberiség immár valódi alternatíva után áhítozik. Szintén mindkét értelemben valódi alternatíva után, amit csak a kommunikáció cselekvésfajtájának a világvallások – például a keresztény, zsidó, buddhista, tao – antropológiája és ezen belül szociális tanítása által ajánlott alternatív gazdasági tanok, illetve az ezeket az összemberiség érdekének szem előtt tartásával kontrolláló erkölcsi elvek biztosíthatnak.³⁸

Szólnunk kell azonban az erkölcs (etika és morál) egyes vonatkozásainak játékelméleti korszerűsítéséről, vagyis reálpolitikai garanciákkal való felvértezéséről, amihez a hagyományosan csak az interperszonális mikroközegben kidolgozott keresztény *theologia moralis* csak az utóbbi évtizedekben érkezett el. A hagyományos erkölcsstan számos távolabbi körülményt semleges adottságként tekintett, s csak újabban vették komolyan számításba, hogy ez utóbbiakat is emberek hozzák létre, partikuláris érdekeiknek megfelelően, így ezek sem lehetnek erkölcsileg semlegesek. Sőt azért is érdemelnek kitüntetett figyelmet, mert már eleve eldöntik, programozzák az interperszonális szférában megvalósuló cselekvés

főbb vonalait, kényszerpályáit, amikhez képest a hagyományos erkölcs már gyakran csak másodrendű maradványkategóriákkal foglalkozhat. II. János Pál *Sollicitudo Rei Socialis* kezdetű enciklikája *A modern problémák teológiai elemzése* című fejezetében nagy léptekkel halad az erkölcsi követelmények ilyen szellemben való hatékonyítása felé, amikor egyfelől rámutat az igazságosság normái érvényesülésének útjába akadályokat gördítő politikai akaratra és az ezek objektíválásaként kialakuló „eltorzult mechanizmusokra”, másfelől definiálja a „bűn struktúráinak” kategóriáját, amely nélkül nem érthetjük meg a kifejtett kapitalizmus számos paradox jelenségét.³⁹

Amikor így elemzésünk végére jutva felidézzük, hogy milyen hangulati kontraszt-élménytől kaptunk impulzust arra, hogy a modernizáció kommunikációs elméletének egy emberöltőn keresztül ívelő sorsát, hanyatló igazságát vizsgálat alá vegyük – megkapva így az aránypár megoldásában adott kulcsfogalmat, a kommunikatív cselekvést kizorító stratégikus áthangolódást –, el kell ismerünk, hogy maga ez a hangulatváltás is csak a magunk számára volt felfedezésértékű, voltaképpen széleskörűen felismert, sőt jelentőségében is kellőképp kiemelt.⁴⁰ Tovább lépve pedig a több oldalról megerősített diagnózistól a kilátások és a teendők témakörébe, mindaz, amit átfogóbb vázlatos áttekintésben, összefüggő nagyobb mintázatban előre tudtunk vetíteni, szintén nagyon is hihető, mert többek belátásával harmonizáló feltételezés. Ez utóbbit most szintén mottószerűen összefoglalva, a modernizáció kommunikációs modellje és a globalizáció stratégikus modellje után újból esedékesnek tartjuk – prognózisként és feladatként vezérgondolatul tűzhetjük – a globalizáció *kommunikációs* perspektíváját.

Mindezt egy olyan újabb rehumanizáció jegyében, amely a globális szinten elszabadult destruktív tendenciák intézményes – etikai, jogi, technológiai – megfékezésével párhuzamosan törekszik az emberi nyelv teloszában adott kölcsönös megértésre, és érték-attitűd célfüggvényében az egoista siker helyett domináns pozícióban az embertársak, illetve a közjó számára is előnyös megoldás kritériumát szerepelteti. Hogy ennek az újra kitűzött eszménynek egy újabb emberöltő múltán már közeledését, kezdődő megvalósulását fogják-e érezni, akik megérik, vagy további távolodását, ez a jelen pillanatban nyitott kérdés. Mégis szól néhány megbízható evidencia – például a kontrollkrízisekre eddig mindig megérkezett kontrollforradalmak menetrendje, illetve a planetáris tudat többszörösen bevált, előre-mutató zsenialitása – amellet, hogy a stratégikus-kaotikus hullámvölgy után az emberiség meg fogja találni kommunikatív rendjét, biztonságát és túlélése emelkedő esélyét.

A hazai remények és feladatok pedig – Európán keresztül – szervesen bekötnek bennünket a globális – igen, valóban planetáris – kommunikatív cselekvés távlatába.

JEGYZETEK

¹ Küszöbön álló tízhónapos tanulmányutamat a Pennsylvanai Egyetem Annenberg Kommunikációs Fakultásán terveztem eltölteni, melynek dékánja a magyar származású George Gerbner volt, – jó kilátásokkal arra, hogy komoly tudományos haszonnal térhetek vissza a hazai médiaszociológia számára.

² A három T („Támogatott”, „Tűrt”, „Tiltott”) kategóriával mint *domináns, tolerált és deviáns* értéktrióval C. Kluckhohn *Values and Value Orientations* című tanulmányában találkoztam (T. Parsons és E. Shils [eds.] *Toward a General Theory of Action*. Cambridge, Mass. 1951. 415. oldal); és 1963-as értékrendszer-vizsgálatom több publikációjában hivatkoztam rá. (Például: *Értékelmélet és empirikus értékvizsgálat. Valóság*, 1965. október; illetve könyv-változatában: *Magyar egyetemi hallgatók életfelfogása. Nem-*

zetközi összehasonlítás. Akadémiai kiadó, 1968. 91. oldal.) Hogy ez az importált hármass osztás igen hamar megtetszett a hazai kultúrpolitikáról nyilatkozóknak (illetve esetenként vitatkozóknak), kitűnik abból, hogy Az ízlés és a műsorpolitika szociológiájáról című, szintén 1968-ban megjelent következő írásomban már közkeletűvé vált sémaként emlékeztem meg ugyanerről a formuláról.

³ Nekem viszont bontakozó kutatói önértetemet sértette, hogy saját „elegáns” gondolatmeneteimnek és egyáltalán a sivár ideológiai helyzetben oázisnak érzett „nagy, kreatív koncepciómnak” kevesebb figyelmet szentelve, inkább csak az amerikai év szorgos munkájával összegegyített modernizációs irányzatok, iskolák, kutatási eredmények félkész, vagyis további feldolgozásra csábító halmazát mustrálgatták. Azóta magam is kerültem hasonló helyzetbe, például kandidátusi és tud. doktori disszertációk opponenseként, és rájöttem, a tudomány emberének ez az egyetlen igazi fizetsége: ha továbbgondolási feladatot tud a maga számára kikanyarítani egy másik által félig vagy egészen megemésztett „info-szet”-ből, kivívott tudásszintből. S a leglelkismeretesebb filológusi hivatkozás, *full credit* sem tudja leróni a köszönetet azért az előnyért, amit így egymás szorgalmából meríthetünk. (Az akkori érzéseim szerint kellően nem méltányolt koncepciómról most, hogy újra olvasom – és hozzá az áttanulmányozott irodalom főbb darabjait is –, meg kell vallanom, hogy az originalitás vs. utánzás mérlegében nem állt olyan jól, mint gondoltam. Most már tudom ennek okát is: a marxista szociológia művelőjének akadémiai intézeti státuszába már egy korábban kontúrokat kapott, átfogóbb – bár önmagában is feszültséges: neotomista, jungiánus és egzisztencialista, de nem marxista – nézetrendszer háttéréből jutottam. Az életfontosságú folyamatos öncenzúra már reflexszerűen az első vonalbeli gondolataim visszaléptetéséhez és valami másod-harmadvonalbeli beugrókkal történt pótszereposztáshoz vezetett. Az általános szellemi korlátozáshoz tehát, amely többnyire amúgyis „kivédte” az igazi kreatív koncepciók életre kelését, az inkognitó-értelmiségnek annál a szaktudományba [például a semleges módszertanba] menekülő típusánál, melybe én is sorolódtam, e zavart gátlásossággal további debilizáló tényező járult, mielőtt az elméletalkotás mezejére merészkedtünk. [Hogy ezeket a béklyókat legújabb műveinkben már, vagy egyáltalán valaha, szét tudjuk-e szaggatni, kétség s remény kérdés-e.]

⁴ Vö. A teljesítmény-motiváció és a kutatói-fejlesztői munka hatékonysága. *Szociológiai Tanulmányok*, 20. kötet, Akadémiai kiadó, 1974. 305 oldal; Need for achievement, need for affiliation and exposure to media according to the sexes. (Köln), 1974. No. 3.; A tömegkommunikációs viselkedés motivációs háttere. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 32. kötet, 1975. 6. sz. 567–580. oldal.

⁵ Vö. Modernity scales in a socialist society tested. *Pakistan Management Review*, 1976. No. 3.; Who gains from achievement motivation training? *VIKALPA, The Journal of Decision Makers*, Indian Institute of Management, Ahmedabad, 1977, 2, 187–200.

⁶ A Nemzetközi Szociológiai Társaság modernizációs kutatási bizottsága munkájában kezdtem részt venni, és az ő révükön jelentettem meg a glasgow-i *Co-Existence* című folyóiratban (Fischer Rudolf fordító címeleményével) Modernization: A Hungarian View című dolgozatomat (amit egy olasz kiadvány is átvett), azzal a nyugaton érdemén felül izgalmasnak vélt, mert a brezsnyevizmusból valamelyest kilógó gondolatokkal, amit még Hegedüs András sugallt Aczél Györgynek, hogy monopólium helyett a párt megelégszik hegemoniával, de amit Kulcsár Kálmán realista-pragmatista hangsúlyeltolódással oda pontosított, hogy ebben a térségben szociológiai bemérésre mégiscsak az államhatalom mutatkozik modernizációs centrum-erőnek. (Itt ugyanis még előtte vagyunk a Zsille–Hankiss féle „második gazdaság”-konceptió megjelenésének, amiből majd Hankiss „második nyilvánosságot”, sőt „második [és harmadik] társadalmat” általánosít.) A hazai szakirodalomban pedig Vázlatok a modernizálódásról címmel az *Ergonómia* című folyóiratban három folytatásban honosítottam a modernizáció újabb és újabb nyugati elgondolásait, egyre közelebb kerülve az atlanti centrum verzusz szétszóró periferia Terence Hopkins- és Immanuel Wallerstein-féle alapképletéhez, aminek általános jelentőségére Amerikában még nem döbbsentem rá, holott a korábbi Edward Shils-szövegek és az őt idéző S. N. Eisenstadt nyomán már külön pontot szenteltem neki a modernizáció és a politika viszonyában.

⁷ Azóta ugyanis, amióta a Pázmány Péter Katolikus Egyetem szociológiai és kommunikációs szakjain a 90-es évek második felétől médiaszociológiát kezdtem oktatni.

⁸ Hogy annak idején miért kötöttem ki mélyebb vizsgálódásra a modernizáció kommunikációs elmélet-családjánál, erre vonatkozólag hízeleghetnek magamnak olyasmivel, hogy a korszak lényegi vonásait keresve bukkantam rá erre a magyarázó elvre, és ilyen lényegkereső ambícióból vonzódtam is tartósan eh-

hez az irányzathoz, de stúdiumaim alakulásának valójában prózaibb okai voltak. Nemcsak a küldő tömegkommunikációs háttér és a fogadó Annenberg Kommunikációs Iskola közege tette kézenfekvővé, hogy ennek a kommunikációs látószögnek kitüntetett szerepet adjak, hanem konkrétan: személyes kapcsolatba kerültem Everett M. Rogers-szel is, aki a modernizáció Daniel Lernerrel (főműve: *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. New York, Free Press, 1958. Vö. még D. Lerner: *Toward a communication theory of modernization*. In Pye, L. W. [ed.] *Communication and Political Development*. Princeton, N. J. Princeton Univ. Press, 1963.) induló kommunikációs iskolájának addigra már talán legjelentősebb képviselője lett (igazolva a tudományszociológus Derek Solla Price tételét: a tudományos gondolatok közvetítői nem annyira a publikációk – ez esetben Rogers „Modernizáció a parasztok között: A kommunikáció hatása” című műve [Holt, Rinehart, Winston, 1969] – mint maguk a személyes kapcsolatok).

⁹ Természetesen más nézőpontból szemlélve a modernizációból más is lett, például elismerően vizsgált és tárgyalt „posztmaterializmus” (Inglehart), ismét másból pedig az „ifjú-, 6- és újkonzervatívak” elmarasztalóan elemzett „anti-, pre- és posztmodernizmusa” (Habermas). Egyébként a modernitás „félbehagyott projektjének”, vagyis annak a 60-as évek végén észlelt jelenségnek, hogy a nyugati racionalizmus megingott, megkérdőjeleződött, Habermas olyan átfogó és koherens magyarázatát adja, amit harcosan védelmez az új éra konzervatív teoretikusaival, például Daniel Bell-lel szemben. Ez a magyarázat mélyen gyökerezik a kommunikatív cselekvésről kialakított elméletében. Ő ugyanis azzal fejt meg a modernségben jelentkező rossz érzés, szociális patológia titkát, hogy a figyelmet a kommunikatív módon strukturált életszféra (beleértve a kultúrát is) és az erre rátelepedett, efölött kontrollt gyakorló kapitalista gazdaság és állam formális szervezettsége közötti ellentmondásra irányítja, illetve arra, hogy az utóbbi széttrombolással fenyegeti az előbbi. A „neokonzervatív tanok analitikus gyöngeségét” (elsősorban a Bell-féle kapitalizmus-elmélet modernitáskritikáját) abban látja, hogy ezek felvilágosodás-ellenessége igazságtalanul címezi a *malaise*, rossz közérzet felelősségét a kultúrának és az értelmiségnek, amikor ennek (az említett módon általa megszerkesztett) strukturális meghatározói nyilvánvalóak. (Ezt a bírálatot nem érezzük megalapozottnak [vö. Varga K.: Elméleti és empirikus vizsgálódás az „önösség” konstruktum és skála validitásáról. *Szenvedélybetegségek*, III. évf. 6. sz. 428–454.], ugyanis a modern munkamegosztással együtt járó strukturális hatásokat a címkézett ellenfél is jól látja, csak nem a dialektikus recept szerint az aléptímeny funkciójában, hanem hangsúlyosan mint egyik önálló területet. „A történelem nem dialektikus... a társadalom nem integrált, hanem diszjunktív; a különböző területek – a techno-ökonomia, a politika és a kultúra különböző normákra válaszolnak, különböző változási ritmusban mozognak, és különböző, sőt ellentétes elveknek engedelmeskednek” – írja Bell. [D. Bell: *The Cultural Contradictions of Capitalism*. New York, Basic Books.])

¹⁰ A Peirce–Kreutz-féle abdukció értelmében (Vö. T. A. Sebeok és J. Umiker-Sebeok: *Ismeri a módszeremet? Avagy: A mesterdetektív logikája*. Gondolat, 1990., és H. Kreutz: *Die Transformation der kommunistischen Herrschaft in Ost-mitteuropa und der Sowjetunion: Zusammenbruch, Reform oder trojanisches Pferd??* In: K. A. Schachtschneider, [Hg.], *Wirtschaft, Gesellschaft und Staat im Umbruch*. Berlin, Duncker und Humblot, 1995.)

¹¹ Vö. Varga K.: „T-groupról – tapasztalatból is”. *Ergonómia*, 1971. 2. sz.

¹² Vö. G. Gerbner: An institutional approach to mass communication research. In Thayer, Lee (ed.) *Communication: Theory and Research*. Springfield, 1966., és G. Gerbner: Institutional pressures upon mass communicators. In Halmos, P. (ed.) *The Sociology of Mass Communicators*. Keele, 1969.

¹³ Vö. Jürgen Habermas: *Theorie des kommunikativen Handelns. Band I: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Band II: Zur Kritik der Funktionalistischen Vernunft*. Suhrkamp, 1982., és J. Habermas: A cselekvésracionalitás aspektusai. In *Válogatott tanulmányok*. Atlantisz, 1994.

¹⁴ Ha tanulmányúti élményalapját keressük, Habermas említ valamit nagy műve bevezetőjében. „Az a kezdetben ápoltt elvárás, hogy az 1971-ben a Princeton Egyetemen tartott előadásaimat csak ki kell dolgoznom, tévesnek bizonyult... Minél inkább eleget akartam tenni a filozófusok explikációs igényének, annál jobban eltávolodtam a szociológus érdeklődésétől, aki tudni akarta, mire szolgálnak ezek a fogalmi elemzések.” (Tudniillik, hogy metaelmélet lesz-e vagy egy társadalomelmélet kezdete.) „Ebben a helyzetben fontos volt Thomas A. McCarthy tanácsa, hogy kezdjem újra elölről az egészet.” (I. m. 7–8. oldal)

¹⁵ Erről a belátásról tanúskodik frappáns kitétele: „Úgy tűnik, a kölcsönös megértés teloszként lakozik benne az emberi nyelvben.” (I. m. 245. o.)

¹⁶ Ismeretes, hogy Habermas úgy jutott a „kommunikatív cselekvés” fogalmának bevezetéséhez, hogy Max Weber gondolati örökségét próbálta meg kimenteni a német tudatfilozófia – a Kant–Hegel–Marx–Weber–Lukács és Adorno–Horkheimer-féle vonal – „aporetikájából” vagyis, zsákutcájából, miután ő maga már kitört onnan. Ezt két másik hagyomány, a Durkheim-féle francia–zsidó társadalmi szolidaritás és az amerikai szociológia G. H. Mead-féle kommunikációelméleti alapjai becsatlakoztatásával kísérelte meg. Főleg a Mead-féle szociálbehaviorizmus „paradigmabombantó” ereje rendezte itt át a színteret és avatta valóban szociálissá Max Weber teleológiai modelljét. Ebben a G. H. Mead értelmében vett „szociális interakció” tengelyével kibővített modellben az ego már nem is előzi meg a kommunikációt, hanem éppen a másokkal való reciprok szerepvállalásból, vagyis egy kommunikációs cselekvéssorból születik. – Itt tehát, bár csak lazán, de mégis valóban kapcsolódhatott össze a csoportdinamikában szerzett élménysorom a maga szintén meadi gyökereivel és a később föllelt magas teoretizálás a Meadet adaptáló Habermas gondolatfejlődésével.

¹⁷ Mert igaz ugyan hogy az interakciópartner etikátlan viselkedése általában nem ment fel saját magatartásunk továbbra is etikus alakításának kötelezettsége alól (a keresztény etika evangéliumi forrásánál ez a „Ne álljatok ellen a gonosznak...” paradox parancsaként hangzik), de hogy ez nem kategorikus imperatívusz, sőt bizonyos fontos területeken, például a politikában biztosan nem érvényes („Ha nem állsz ellen a gonosznak, felelős vagy azért, ha hatalomra jut és téged is kényszerpályára állít”), arra már Max Weber is rámutatott. (Bővebben lásd: Varga K.: Konfliktusok és kezelésük a hazai értékrendszerben: Kutatási beszámoló az értékrendszer, a konfliktuskezelési stratégiák és az „önösség” egymásrahatásáról. [A Vigilia tematikus különkiadványa számára elfogadva.]

¹⁸ Például, hogy egymásnak stabilan szembeforduló politikai vagy üzleti erők notóriusan elkerülik azt, hogy viszonyukban „tisztá vizet öntsenek a pohárba”, vagyis a valódi kommunikatív cselekvést, nyilván mivel a zérószumma játék logikája szerint tilos kilépniük a stratégiai „üzemmódból”, ugyanakkor viszont magától értetődőnek veszik azt, hogy kommunikatívnak álcázott stratégiai magatartást tanúsítsanak ott is, ahol nem lehet illúziójuk arról, hogy az ellenfél nem fog „átlátni a szítán”, vagyis a beidegzett reflex felülírja a reflektált cselekvést. (Vö. Varga Károly: Pártok és értékek. Kutatási jelentés. Kézirat, Magyar Gallup Intézet, 1994.)

¹⁹ Ezért nem lehet itt állítani, legalábbis személy szerint Rogers és munkatársai esetében nem, hogy a habermasi „burkoltan stratégikus” cselekvéskategória tudatos, azaz manipulatív válfaját gyakorolták, hanem inkább a másikat, a nem tudatos tévedés-megtévesztést, vagyis a „szisztematikusan torzított kommunikációt”.

²⁰ S akkor még nagyon bőkezűek voltunk a kommunikatív modalitás iránt, ha csak a „politikai” és „művészeti” tengelyt helyeztük át a stratégikus vagy álkommunikatív térfélre, és a „tudományt” a valódi konstatív kommunikatív térfélen hagytuk. Eszmefuttatásunk végső kifejelete számára is rendkívül releváns ellenpéldával tudjuk megmutatni azt, hogy a tudományos axis is stratégikusként lepleződhet le, ha eléggé mélyreható kritikának vetjük alá. Ezt a „hermeneutikus szimmetrizmus” Gellner által kimutatott hipokrizise, farizeus képmutatása példájával illusztráljuk. (E. Gellner: *Postmodernism, Reason and Religion*. London and New York: Routledge, 1992.) Gellner a hermeneutikának látszólag rendkívül nagylelkű gesztusát, hogy a primitív kultúrák világ- és társadalom-magyarázatát a nyugati tudományos világ- és emberképpel teljesen egyenrangúként kezeli, mindenekelőtt abból a rossz lelkiismeretből vezeti le, amit a nyugati értelmiség a hatvanas évek elején tömegesen felszabadult gyarmatoknak a világfórumokon (például az ENSZ-ben) való szóhozjutása nyomán kezdett érezni. Ám erre az új hangra adott válasz csak látszólag volt kommunikatív, még ha ebben a szimmetriában és kölcsönösségben ésszerűtlen túlzásokra ragadtatta is magát. Az történt tudniillik, hogy a nyugati antropológus és intézményi háttérre ott adott messzemenő engedményeket a tanulmányozott hajdani benszülött kultúráknak, ahol ez nevetséges volt (azzal az ürüggyel, hogy ezek éppúgy hisznek a maguk mágikus rituáléjukban, mint mi a mi empirikus-tudományos eredményeinkben, tehát illik a legőszintébben tiszteletben tartanunk ezt a meggyőződésüket; ami viszont egyenlő a mienkkel való egyenjogúsítással), de ugyanakkor továbbra is magának tartotta vissza az egész fejlődő világ pénzügyi kontrollját. Ezt az ellentmondást Gellner – nem minden ironia nélkül – címkézi így: „deeply inherent bias of such thoughts towards idealism”, vagyis idealizmus-túltengésnek, majd így folytatja:

„Ezen a társadalomban működő koercív és gazdasági kényszerek alulértékelését és a konceptuális meghatározók felülértékelését értem.” (Gellner, i. m. 63. oldal.) – Gondolatmenetünk számára az ad különös jelentőséget e generózus magatartás álkommunikatív cselekvésként való lelepleződésének, hogy itt nemcsak a soronkövetkező fejezetünk témájához (aki egy küszöbérték fölötti túlhatalommal rendelkezik, valószínű, hogy vissza is él ezzel), hanem a rákövetkezőhöz is tartalmi adalékkal szolgál (a globalizálódó világban ilyen hipokrita módon ejtik a látszatmegbecsülés csapdájába a fejlett erők és gazdagok a kevésbé fejlett gyengébbeket, szegényebbeket).

²¹ Vö. L. D. Brown: Can „Haves” and „Have-Nots” cooperate?? Two efforts to bridge a social gap. *The Journal of Applied Behavioral Science*, Vol. 13. No. 2. 1977.; L. D. Brown: Toward a theory of power and intergroup relations. In C. L. Cooper and E. P. Alderfer: *Experiential Social Processes*. Vol. 1. Chichester: Wiley, 1978.; B. G. Gricar and L. D. Brown: Conflict, power, and organization in a changing community. *Human Relations*, Vol. 34. No. 10, 1981.

²² Melyben, mint ismeretes, maximális hatalommal rendelkező „foglárók” és minimálissal rendelkező „foglyok” (egészséges egyetemista populációból toborozva és a szerepek véletlenszerűen kiosztva) produkáltak pár nap alatt szélsőségesen patológikus magatartás- illetve reagálás-módokat, ami a hatalmi túlsúllyal bíró csoport lelkismeretlen érzéketlenségének eszkalálódáshoz, a hatalomtól megfosztottak veszélyes lelki összeomlásához (s a kísérletnek ezért terven kívüli megszakításához) vezetett.

²³ Anélkül persze, hogy jelezné, hogy az ide (vagy a másik alacsony racionalitásfokú rubrikába: a „konvencionális egyetértésen alapuló cselekvés” kategóriájába) sorolódás mögött független változóként a nagy hatalmi aszimmetria hipotetizálható.

²⁴ Több ilyen irányú számítás képviselőjében álljon itt csak Korzeniewicznek és Morannak, a Marylandi Egyetem kutatóinak az *American Journal of Sociology* 1997. januári számában közölt néhány adata. Tanulmányuk összehasonlítja a világ népessége legszegényebb húsz százalékának jövedelmét a leggazdagabb húsz százalék jövedelmével 1965-ben és 1990-ben. Míg 1965-ben a világon megtermelt érték úgy oszlott meg, hogy ebből 2,25% volt a legszegényebb egyötödé, és 69,5% a leggazdagabb egyötödé, addig 1990-ben már a szegények 2,25%-a lement 1,38%-ra, a gazdagok 1965-ös 69,5%-a viszont 1990-re felment 83,44%-ra. Az egyenlőtlenség a bibliai, ill. antik görög kor óta csak növekedett. Egyes számítások szerint az ipari társadalom kialakulása után kissé mérséklődött. A II. világháború után elméleti alapokról olyan nézetek kaptak lábra, hogy a világpiaci és a benne forgalmazott innováció csökkenteni fogja a szegény és gazdag országok közötti jövedelemkülönbségeket. Tüzetesebb számítások viszont kimutatták, hogy a világpiaci egyáltalán nem egyenlőssé a gazdasági növekedés ütemét a szegény és gazdag országok között, sőt épp ellenkezőleg: „Strength can breed strength and the strong can continue to grow faster than the weak”. (R. P. Korzeniewicz and T. Moran: World-economy trends in the distribution of income, 1965–1992. *ASJ* Vol 102, No. 4 1000–1039.) Tehát valóban mintha csak a Máté-passzust olvasnánk: „Aki nek van, annak adatik, hogy bővelkedjék, akinek nincs, attól az is elvételik amije van.” (Mt. 25,29.) Egyébként a Korten-iskola e mögött a világgazdaság erősen hierarchizált hatalmi képződményének a csereáramok, árfolyamok, kamatviszonyok révén működtetett világméretű szivattyúmechanizmusát látja, tehát valami szorosan illeszkedett a szélsőséges hatalmi aszimmetria képletéhez.

²⁵ Ennek eddigi kimondásától egyébként csak egyfajta kényszeres pedantéria tartott vissza bennünket; kimondatlanul ez a megtalált „negyedik tag” kormányozta már gondolatmenetünket Habermas „abszolút lényegretörőnek” érzett dichotómiája óta, sőt már-már explicit módon a Rogers és Gerbner vitájára való emlékeztéstől kezdve. Abduktív következtetésünk azonban csak így vált teljessé, hogy „modellszerűen” kimondhassuk: az általunk békés-jámbornak megismert kommunikációs modernizációt 30 év alatt a benne már akkor is meglevő, ám időközben patológikus méretekig növekvő hatalmi aszimmetria óhatatlanul agresszív-pragmatikus stratégiai jellegű globalizációvá torzította.

²⁶ Ilyen magyarázat és előrejelzés mellett a Huntington által prognosztizált „civilizációk ütközését” nem primér fejleménynek, hanem inkább csak védekező-ellentámadó reakciónak tekinthetjük az egyközpontú, ill. egységes hálózatos világalom szuprastratégiájával szemben. (Vö. S. P. Huntington: *The Clash of Civilizations*. New York, 1996.)

²⁷ Vö. David C. Korten: *Tőkés társaságok világalma*. Budapest, Kapu, 1996.

²⁸ Vö. László Ervin: *Kozmikus kapcsolatok: A harmadik évezred vilásképe*. Budapest, Magyar Könyvklub, 1996. 215–216. oldal

²⁹ Ez a Piaget–Kohlberg-féle kognitív-szocializációs vonal, aminek jellemzője, hogy az intellektuális fejlődés mellett hangsúlyosan az erkölcsi fejlődési szintek szorosan kötött sorát is magába foglalja. Ez a személyiségfejlődési modell a morális érés szintjeit minőségileg különböző struktúrák hierarchikusan egymásra épülő szakaszaiként fogja fel, ahol a fejlődési irány a primitív egoizmustól (tehát Habermas terminológiájában egy par excellence „stratégikus” beállítottságtól), illetve hedonizmustól a proszociális érettség, altruizmus, magasabb társadalmi érdekeknek való önkéntes alávetettség (tehát a habermasi kifejezetten „kommunikatív” magatartás) felé mutat. (Vö. L. Kohlberg: Stage and sequence: The cognitive-developmental approach to socialization. In D. A. Goslin [ed.] *Handbook of Socialization Theory and Research*. Chicago, Rand McNally, 1969. 376–383. o.; A. Colby, L. Kohlberg, J. Gibbs, M. Lieberman: *A longitudinal study of moral judgement*. Monographs of the Society for Research in Child Development. Serial No. 200. Vol. 48. Nos 1–2. 1983. 1–124.)

³⁰ Az erkölcsi érlelődés mint kultúrafejlődési téma más összefüggésben is erős magyarázó kategória. Jászi Oszkár az elnyomott nemzeti kisebbségek kényszerasszimiláció elleni védekezésében mutatja ki az erkölcsi emelkedés mozzanatát, míg az ellenkező oldalon állók, az asszimilátorok ugyanilyen ütemben erkölcsileg is süllyednek. „A kényszerasszimiláció demoralizálja az uralkodó nemzetnek ezt a politikát űző rétegét, ellenben az elnyomott nép életképesebb elemeit megerősíti, erkölcsileg és szellemileg fejleszti.” Illetve ez utóbbit tovább pontosítva: „A kényszerasszimiláció politikája az elnyomottak erkölcsi standardjára a Henry George hasonlata szerint ékszerűleg hat: az értéktelenebb elemeket még jobban lenyomja, demoralizálja, az egészségeseket és értékeseket felemeli.” (Jászi. O.: *A nemzeti államok kialakulása és a nemzetiségi kérdés*. Gondolat, 1986. 235–236.) Jászi ezeket a megfigyeléseket még a Trianon előtti helyzetben tette, ahol az erkölcsi fölény az akkori nemmagyar kisebbségek oldalán volt. De ő maga hangsúlyozza, ami azóta empirikus evidenciává is vált, hogy itt helyzettűpből adódó általánosítható szabályszerűséggel állunk szemben. Az utódállamok kényszerasszimilációs politikája a korábban döntési helyzetben volt magyarokénál durvább és következetesebb beolvasztási stratégiát valósít meg, ami nem téveszti hatását a mostani fentiek és lentiek erkölcsi minőségének és intellektuális erejének alakulására.

³¹ Vö. J. R. Beniger: The information society: Technological and economic origins. In: S. J. Ball-Rokeach, M. G. Cantor (eds.): *Media, Audience, and Social Structure*. SAGE Publ. 1986.

³² Vö. W. Ross Ashby: *Bevezetés a kibernetikába*. Budapest: Akadémiai kiadó, 1972., és W. R. Ashby: A feltétlenül szükséges változatosság és jelentősége a komplex rendszerek szabályozása szempontjából. In: Kindler József, Riskó Lajos, Szabélyi Endre (szerk.): *A rendszerszemlélet mint társadalmi igény*. Budapest, Akadémiai kiadó, 1982. – Ashby „darukezelő” hasonlatát, ahol ennek saját izomereje irreleváns a szabályozási ismereteivel összehasonlítva, Parsons az automata mosógép analógiájával fejleszti tovább. Ez utóbbinak programozott mikroprocesszora igen kis energiát használ el a nagy energiaigényű vízmelegítés és „heves lötykölés” végrehajtásának vezérlésére. Általánosítva: a társadalomban megfigyelhető képlet, hogy magas információ-tartalmú, de alacsony energiájú rendszerek szabályozzák az alacsony információ-tartalmú, de magas energiájú rendszereket. Másutt ennek kapcsán a „lovás és ló” hasonlatát idézi fel. (Vö. T. Parsons: *Societies: Evolutionary and Comparative Perspectives*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, Inc., 1966. 9. oldal.)

³³ Beniger – miután nagyvonalú vázlatossággal ebbe a folyamatmodellbe helyezi el az emberiség fejlődési ívét a homo erectusból homo sapiensbe való átmenettől (50–100 ezer év), illetve a neolitikus forradalomtól (10 ezer év) a legújabb korig (200 év) –, alaposabban két konkrét kontrollforradalom korszakát dolgozza ki: az ipari forradalomt és az elektronikus forradalomt. Az ipari forradalomban az operátor (al-) rendszer a gőzgép alkalmazása nyomán indult fejlődésnek hihetetlen mértékben mind a termelés, mind a szállítás területén. A több ezer éves szabályozásforma (hagyományos információkezelés) nem győzte felbontó erővel, amióta – Arisztotelész jóslata szerint – „az orsók maguktól forognak”. Tehát a termelésben, de főleg a szállításban olyan új gyorsasági tényező jelentkezett az emberi és állati izomerőhöz képest, ami szétfeszítette az addigi regulátor alrendszert. A szociológia két alapító atyja, Durkheim és Weber érzékelték az emberiség történetének eme legnagyobb változását, az első kontrollforradalmat. Durkheim a lokális egységek egymásmellettisége és laza kapcsolata helyett beköszöntő növekvő „systemness” (division de travail) kategóriájával ragadta meg ennek lényegét, Max Weber pedig felismerte, hogy a komplexebb rendszer integrálására mind a gazdaságban, mind az államapparátusban a racionális bürokrácia lett az elszabadult krízis logikus feloldása, vagyis az ide adekvát kontrollforradalom. Ez a racionális bürokrácia

azután helyreállította az operátor és regulátor alrendszerek megbomlott egyensúlyát, amitől a XIX. és XX. sz. még dinamikusabb ipari fejlődése következett be az anyag- és az energia-processzuálás terén. Ez az új rohamzerű fejlődés a működés hatékonyságában azonban szükségszerűen létrehozta az újabb krízist. Az újabb krízis tetőzése és újabb kontrollforradalmi megoldása a II. világháborúra esik. Ebben két szintet különböztet meg a szerző: a látványos, de kevésbé lényegest, ami maga az emberiség eddigi legnagyobb háborúja, illetve a látens, de lényegesebbet, ami három technológiai innováció: a nukleáris energia, a számítógép és az űrtechnológia. A legújabb fejlődési fázis pedig a 70-es évek elejétől datálódik. A jelenlegi kontrollforradalom megvalósulási módja és terméke az információs társadalom, ezen belül is ennek legfejlettebb változata a *telematika*, ami a három fő információs technológiacsatlód – a távközlés, a tömegközlés és a számítógép – folyamatos és erősödő konvergenciája egyetlen makroszintű kontroll-infrastruktúrába, ami a társadalom idegrendszere. Ez a „global village”, vagyis az „egy falu a világ” korszakának bevezetője. – Beniger nagyívű kontrollforradalom elméletével érdeme szerint kívánunk foglalkozni, de ezen a ponton nem állhatjuk meg, hogy a keserű szójátékot fel ne idézzük, ami ki is tűzi gondolatmenetünk követendő irányát: a „global village” ígéréteiből eddig csak a „global pillage”, a totális fosztogatás rendszere valósult meg. (Vö. A. Hart: *Understanding the Media: A practical guide*. London and New York: Routledge, 1995. 3. oldal.)

³⁴ „A jelenlegi társadalmi változásról szóló szakirodalom jelentős része szintézisbe lesz foglalható az által – írja Beniger –, ha különös figyelmet szentelünk az információfeldolgozás, a kommunikáció és a kontroll materiális aspektusainak. Jóllehet azonban a kontrollforradalom elsősorban a mai kor megértéséhez ad segítséget, különösen a számítógépek és a mikroprocesszorok hatásának kimutatásával, a leghasznosabb belátást mégsem ezen a téren, hanem átfogóbban a szociális élet általánosabb értéséhez nyújtja. Maga az információs társadalom kibontakozása még a formális információelmélet párhuzamos fejlődésénél is jobban kidomborítja az információfeldolgozás, a kommunikáció és az emberi társadalom és szociális magatartás minden aspektusára kiterjedő kontroll központi jelentőségét. Meggyőződésem – szögezi le befejezésül Beniger –, hogy mi, társadalomtudósok remélhetjük, hogy a társadalmi struktúráról és folyamatokról való bőséges, de nagy mértékben rendszertelen tudásunkat végül is épp ezekben az alapvető információs fogalmakban foglalhatjuk össze.” (I. m. 69–70. oldal.)

³⁵ Vö. H. Küng: *Projekt Welthethos*. München–Zürich: Piper, 1990. (Magyarul: H. Küng: *Világvallások etikája*. Egyházfórum könyvei 15., 1994.)

³⁶ Nyíri T.: *Mélylélektan és ateizmus: Sigmund Freud kultúraelmélete*. Budapest, Herder, 1993. 105. o.

³⁷ Erről a mind a kapitalizmussal, mind a szocializmussal szemben valódi alternatívát jelentő irányzatról közben kiderült, hogy nem áll egyedül a maga egoizmust meghaladó értékvezérléssel. Ebből a szempontból egészen közeli rokona a buddhista, a taoista és a zsidó közgazdaságtan is, amelyek a javak megszerzése helyett szintén az ember felszabadítását, az egyszerűséget, az erőszakmentességet, a társadalmi harmóniát, ill. a jótékonytságot tűzik zászlajukra. (Vö. Zsolnai László: *Másként gazdálkodás: Címszavak az alternatív gazdaságtanhoz*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1989., és *A világvallások gazdasági etikája és az ökológiai probléma*. Ökumenikus-tudományos szimpózium. Budapest, 1994. február 15. A KTM kiadványa, 1994.)

³⁸ A kereszténység szociális tanítása a klasszikus enciklikák (Rerum Novarum [1891], Quadragesimo Anno [1931]) óta különösen a Populorum Progressio (1967) és az ennek tételeit élesebb kontúrokba átfogalmazó Sollicitudo Rei Socialis (1987) kezdetű körlevelekben, illetve a Rerum Novarum évszázadát áttekintő Centesimus Annusban (1991) nyújtja a kapitalizmus legmélyebb alapjág hatoló bírálatát. A Sollicitudóban például ezt olvashatjuk: „A létfontosságú eszközök *egyenlőtlen elosztásának* nehéz problémája előtt állunk, hiszen ezek eredetileg minden embert megillettek volna, miként az ezekből adódó előnyök is. Ennek okár nem kereshetjük sem a hátrányban lévők mulasztásában, sem a természet adottságokból következő elkerülhetetlen szükségességében, és a külső körülmények összességében sem, amelyben ezek az emberek élnek. Amikor VI. Pál enciklikája (ti. a Populorum Progressio, V. K.) kimondja, hogy a társadalmi kérdés dimenziója kiterjedt az egész emberiségre, mindenekelőtt egy erkölcsi törvényt akar jelezni, amely a világ tényleges helyzetének elemzésén alapszik... Ebben az összefüggésben az enciklika újdonsága nem abban áll, hogy a társadalmi kérdést mintegy történelmi megközelítésben világmérletűnek tekintik, hanem abban, hogy ennek a helyzetnek erkölcsi értékelését nyújtja.” (Tomka Miklós és Goják János [szerk]: *Az egyház társadalmi tanítása. Dokumentumok*. Szent István Társulat, 493. o.)

³⁹ Vö. a Sollicitudóból: „Ha a Populorum Progressio enciklika megjelenése óta eltelt években a fejlődés megtorpant, ennek okai nem kereshetők kizárólag gazdasági tényezőkben, belejátszottak ebbe politikai okok is. Hogy legyőzzük a már említett eltorzult mechanizmusokat és azokat olyanokkal cseréljük fel, amelyek jobban megfelelnek az emberiség közös javának, szükséges a hatékony politikai akarat... Az egymással szembenálló népek tömbjeitől megosztott világ, amelyet merev ideológiák éltetnek, és ahol a kölcsönös kapcsolatokat az egyetértés erősítése helyett az imperializmus különböző formái uralják, nem lehet más, mint a »bűn struktúrái« alá rendelt világ... A »bűn« és a »bűn struktúrái« olyan fogalmak, amelyeket nem régen alkalmazunk a mai világ állapotára. De a szemünk elé táruló dolgokat szabatosan nem érthetjük meg, ha nem nevezzük nevén a minket szorogató bajok gyökerét.” (Tomka–Goják, i. m. 513–514. oldalak.)

⁴⁰ Külön szomorú érdekesség, hogy a tíz évvel ezelőtt született Sollicitudo a húsz évvel még korábban, tehát épp a mi harminc éves idővünk elején keletkezett Populorum hangulati környezetéről írva, ugyanezt a kontrasztot érzékeli és teszi szóvá. „A fejlődéshez abban az időben fűzött remények ma nagyon távol esnek a beteljesülésüktől és megvalósulásuktól... Azokban az években élt bizonyos optimizmus. Lehetségesnek vélték a szegény népek gazdasági elmaradottságának javítását, különösebb erőfeszítés nélkül, az alapvető struktúrák megteremtésével, segítve őket az iparosodás kibontakozásában.” S ezzel szemben az elfogadhatatlan tény a 80-as évek végén: „Az ún. fejlett Észak és az elmaradt Dél között húzódó szakadék nem csupán megmaradt, hanem egyenesen elmélyült... az utóbbi húsz esztendő alatt az általános helyzet jelentékenyen rosszabbodott.” (i. m. 495., 498. o.)

Kapitány Ágnes – Kapitány Gábor

A VÁLASZTÁSI KAMPÁNYFILMEK AKARATLAN ÜZENETEI

A televíziós *választási filmek* már az 1990-es választáson is ideális mintát nyújtottak az elemzés számára: ezeket a műsorokat maguk a pártok készítették, tehát az jelenik meg bennük, amit ők akarnak sugározni magukról (pontosabban aminek sugárzását ebben a formában jóváhagyják), legtöbbször sűrítetten tartalmazzák a kampánystratégia főbb jellegzetességeit (amelyek a plakátokon, szórólapokon, és egyéb reklámanyagokban is megjelennek, de míg azok áradata áttekinthetetlenül válhat az elemző számára, itt jól körülírt, befogadható mennyiségű információ kínálkozik) s ráadásul – legalábbis 1990-ben és 1994-ben – teljesen összemérhető, azonos (ötperces) terjedelemben. 1998-ban a *spot*-ok hossza három percre csökkent, de az összehasonlítás némi transzformációval így is lehetséges. 1990-ben és 1994-ben is elvégeztük az elemzést az ötperces pártműsorokon (amelynek matematikai feldolgozását Sípos Mihálynak köszönjük); az első eseményről a Művelődéskutató Intézet kiadásában 1990-ban publikáltuk elemzésünket *Értékválasztás* címmel; az 1994-es választási műsorok szimbolikus és értéküzeneteit pedig *Értékválasztás 1994* című könyvecskénkben elemeztük (Freidrich Naumann Stiftung – Societas, 1994); és most megtettük ezt az 1998-as választás alkalmával is. Az eredményeket feldolgozó és részletesen bemutató könyvünk hamarosan megjelenik az Új Mandátum Kiadó gondozásában.

Mit vizsgáltunk?

Az elemzések során egyáltalán nem foglalkoztunk az egyes pártok politikai hovatartozásával, céljaival, szövetségi és konfrontációs törekvéseivel. Kizárólag arra voltunk kíváncsiak, hogy (1) az egyes pártok milyen értékeket hangsúlyoznak explicit módon, azaz szavakkal is megjelenítetten, és közvetve vagyis tagadás által, képekkel, montázshatásokkal, (2) melyek a leggyakrabban hangoztatott értékek, (3) milyen általános értéktendenciák mutathatók ki a pártok műsoraiban, (4) mely elemek milyen szimbolikus jelentést vesznek fel a készítőik szándéka szerint, vagy attól függetlenül, (5) az elemzett tényezők (tehát megint csak *nem* a politikai vonzalmak és választások) alapján mely pártok között mutatkozik kapcsolat (hol vannak érintkező, közös értékek), (6) milyen általános következtetések adódnak a *spot*-ok értékelemzésének összegzésével?

A fentiek érdekében regisztráltunk és számba vettünk minden olyan tényezőt, ami a ha-

tás szempontjából szerepet játszhat: a *szövegek* értéktartalmú, illetve szimbolikus elemeit, a *látványok* összetevőit, a *szereplőket* (azok számát, nemét, habitusát, öltözkését, stílusát, azt, hogy mit hangsúlyoznak magukról), a *háttér*et, a *díszítéseket*, a megjelenő *környezeteket*, *tárgyakat* és *jeleneteket*, a *megvilágítást*, a *zenét* és egyéb *hanghatásokat*; külön regisztráltuk és elemeztük, hogy a reklámok készítői milyen általános emberi *igényekre próbálnak építeni*, mit *hangsúlyoznak a bemutatkozó párról*, milyen társadalmi rétegeket céloznak meg, milyen programokkal, *javaslatokkal* élnek, milyen *változtatásokat* javasolnak, milyen a viszonyuk a *múlthoz*, a *jelenhez*, a *jövőhöz*, milyen *ellenség/ellenfél-képpel* rendelkeznek, milyen a *Magyarország-* illetve *magyarság-képük*, milyen a *külföld-*, illetve *idegen-képük*, mit *várnak a választásoktól*? Mindezek a tényezők – tehát például a stíluselemek, a szereplők, a deklarált értékek, a megcélzott rétegek, stb. – *hogyan függnek össze* egymással?

Az alábbiakban a választási kampányfilmek akaratlan üzeneteivel, a „bakikkal” foglalkozunk.

Akaratlan üzenetek: „bakik”

Még a legprofesszionálisabb módon elgondolt és kivitelezett kampányműsorban is előfordulnak olyan hatóeszközök, amelyek nem azt, vagy elsősorban nem azt mondják a nézőnek, ami a párt szándéka. *Típushibák* is kialakulnak ezekből a bakikból – ezeket a hibákat különösen érdemes elemeznünk, hiszen itt már nem egyedi „félrelépésekről” van szó, hanem mélyebben fekvő okokról.

Mindenekelőtt külön kell választani ebből a szempontból a kampányüzenetek két összetevőjét: a párt *politikai üzenetét*, mondanivalóját, és az üzenet *előadásának módját*, professzionalizmusát. A kétféle szempont érvényesítésével négy alaptípust kapunk (és természetesen az átmenetek, keveredések sokaságát).

1. *Politikai és szakmai dilettantizmus.* A pártnak valójában nincs politikai üzenete, mondanója hevenyészett ötletekre épül, és ezt szakmailag is dilettáns módon adják elő. (A '94-es kampányban ennek „tisztá” példáját nyújtotta az MZP az országút melletti cukorrépa-földekből nyerhető alkohollal működtetett gépjárművekre vonatkozó javaslattal; a családok stabilitását, gyerekszám-növekedést eredményező, prostitúciót megoldó napi „hármastól” ötletével, s még néhány hasonló, alacsony színvonalú vicclapba illő „politikai gondlattal”. Az ilyen szintű ötletek is hamar kifulladásra hozták az embereket, s ekkor már az egyszer elsütött patronok ismétlésére kényszerültek. Ezt a már eddig is érdemtelenül sok szót azért pazaroljuk rájuk, mert szélsőségesen kiábrándult politikai helyzetekben – ha nem ilyen átlátszó a politikai légkör –, akkor még hatása is lehet, főleg ha a formai kivitelezésben még némi profizmus is társul hozzá. Ebben az esetben azonban a kivitelezés is kiáltóan dilettáns módon történt: három-négy képviselőjelöltjük ismételt szerepeltetése utalt a párt bázisának rendkívüli szűkösségére; az elemi – nem is retorikai, hanem fogalmazási – hibák, az általuk használt hangvétel kirívóan durva jellege – egy szűk választói kört leszámítva – visszatetszést, elutasítást váltott ki a politikai paletta egészen különböző árnyalataival rokonszenvezők körében is.)

1998-ban ilyen típusú műsor nem volt. Kétségtelen azonban, hogy a két új mozgalom, az NF és az EMU filmje sem politikai, sem szakmai szempontból nem nevezhető nagyon professzionális színvonalúnak. Az e filmekben található, s persze hatékonyságukat is nagymértékben rontó hibákra még rövidesen kitérünk.

2. *Politikai üresség – szakmai „profizmus”*. Erről a típusról akkor beszélhetünk, ha a pártnak nincs valódi politikai üzenete, vagy a politikai üzenet átvételen, másoláson alapul, nem számol a hazai politikai elvárásokkal, a választók által lényegesnek tartott gazdasági-politikai-szociális kérdésekkel – légüres térből beszél, átlátszóan hamis hangot üt meg stb. – de mindezt a *spot technikai* megvalósításának módját illetően profi módon teszi. Az 1990-es kampányban ezt az alaptípust képviselte az MSZDP szereplése, amelynek során másutt már bevált, kipróbált hatóeszközök sora lett bevetve, ám – mint azt a választás eredménye is jelezte – szinte teljesen eredménytelen, vagy éppen a szándékolttal ellenkező hatást kiváltva. (Láttuk a párt vezetőjét egy öreg néni csomagját cipelve, az aluljárókban szegényekkel beszélgetve, miközben öltözködése, beszédmodora, viselkedése mind arról árulkodott, hogy ezek tökéletesen idegen helyzetek számára, nem tud mit kezdeni az emberekkel, nem tudja megszólítani őket, nem tud kapcsolatba kerülni a nehéz helyzetben élőkkel – egy szegények közé látogató, jótékonykodó úriasszony vonásait hordozta megjelenésének minden eleme, miközben a szavak másról szóltak.)

Az 1994-es kampány során, ha nem is minden tekintetben, de ehhez a típushoz tartozott például a Vállalkozók Pártjának műsora. A film bevált eszközökkel építkezett, és lett volna mondandója is, de nagyon érződött rajta az átvétel, a külső mintákhoz igazodó jelleg. Légüres térből szólt – ezt jól jelezte az a néhány embert mozgósító pártgyűlés is, ami a más pártok klippjein látott óriási tömegekhez képest kínosan szegényesnek, belterjesnek hatott. (Már azért sem tekinthető viszont a típus tiszta példájának, mert másfelől – néhány jó megoldás mellett – itt a kivitelezés profizmusa sem volt tökéletes.)

1998-ban ebbe a csoportba sem sorolhatunk tisztán egy pártot sem. Legfeljebb a KDNP elég jól és az MDF jól kidolgozott műsorával kapcsolatban mondható el, hogy tartalmi közlendőjük viszonylag csekély volt. Azt kiválóan megoldották, hogy a párthoz hozzátársítottak egy, a párt szemléletét jól megjelenítő mentalitást vagy életérzést, de a politikai versenybe nem szálltak be igazán: nem jelezték, hogy a párt a keresztény jelleg, illetve a családcentrikus szemlélet érvényesítésén kívül miben és főleg hogyan képviselhet mást, mint vetélytársaik. Ebből a szempontból az MSZP és a FIDESZ sem közzölt túl sokat, de nekik két oldalról mégiscsak sikerült tematizálniuk a választás fő tétjét, s magukat egyfelől az eddigiék reménykedő folytatása, másfelől az ígéretes fordulat letéteményesének elfogadtatniuk.

3. *Politikai „profizmus” – szakmai üresség*. Ez a típus azt a konstellációt jelöli, amikor az adott párt rendelkezik ugyan kidolgozott politikai üzenettel, átfogó programmal, de ezt nem tudja közvetíteni, érzékelhetően megjeleníteni a választók számára. Ennek a típusnak a jeleit figyelhettük meg 1994-ben a Köztársaság Párt kampánya során, melyben hiába álltak elő a számszerű adatokig kidolgozott adócsökkentő, infláció-leszorító programjavaslatokkal, vállalkozástámogató, gazdaságélénkítő, szociális gondokat megoldani javasolt intézkedésekkel, a politikai üzenet közvetítése olyan hibákkal történt, amelyek azután vissza is hatottak a politikai célok komolyan vehetőségére is. A párt továbbra is egyetlen emberre építette televíziós kampányát, aki ráadásul 5 percen keresztül folyamatosan beszélt a nézőkhöz, a képi hatóeszközöket szinte teljesen figyelmen kívül hagyva; a verbális információk mellé tett feliratok, a párt jelöltjeinek (?), támogatóinak (?) gyorsan lapozott képei olyan egyoldalú információfolyamat képeztek, ami arra utalt, hogy a műsor készítői a figyelemfenntartás elemi szabályaival sem számoltak. Ebbe a típusba sorolható az NDSZ 1994-es bemutatkozása is, az ő esetükben valószínűleg a politikai üzenet inadekvát jellege is hozzájárult a kivitelezés szakmai fogyatékosságaihoz. (Az előző típusnál is, és itt is, azért tettük idézőjelbe a „profizmust”, mert technikailag nem nevezhető teljesen profinak az, aki áruját

nem tudja eladhatóvá tenni, és politikailag nem nevezhető profinak az, aki programját nem tudja megjeleníteni.)

1998-ban ehhez a típushoz sorolható az MDNP és FKGP filmje, amelyekben nemcsak az elégtelen, hogy a pártelnökök – minden érzelmi hatással bíró képi vagy zenei eszköz alkalmazása nélkül – végigbeszéljük a filmet, de ezt még eléggé egyhangúan is teszik (az FKGP elnöke ráadásul nem is a kamerába – vagyis nem a nézőre – néz). Félig-meddig itt említhetjük a MUP műsorát is, amely a keretötleten kívül eléggé ötletelen, ugyanakkor a tartalmi közlendőben is sok az üresjárat (annál viszont azért több az információ és markánsabb a megjelenő pártarculat, mint az elsőként említett típusban).

4. *Politikai profizmus – szakmai profizmus.* Ez a típus rendelkezik kidolgozott, a társadalom gazdasági, politikai, szociális állapotával adekvát politikai üzenettel, és azt szakmailag hatékonyan, sokféle eszközt alkalmazva közvetíti a választók számára. Ilyennek tekinthetjük 1994-ben az SZDSZ kampányfilmjét, amely a zenei, képi, verbális hatóeszközök sokféle síkját alkalmazta. (Erős érzelmi hatású és figyelmet fenntartó dallam és ritmus, sokféle bemutatott arc, arckifejezés, gondosan kiválasztott szociológiai típusok, a humor és tárgyilagosság, érzelmi és intellektuális nyelvi hatóeszközök váltogatása, a női és férfi szerepek, azonosulási lehetőségek kiegyenlítettebb jellege stb.) Egészen más üzenettel, de szintén szakszerűen elkészített film volt az MDF-é is, ahol a játékos-expresszív kezdés, a párt választóinak érzelmeit-indulatait megcélzó, emlékeztető „rendszerváltási” képsorok, a patetikus miniszterelnöki eskü, a kemény neveltetést meghitt családi idillre utaló fényképekkel vegyítő portré-rész konzekvensen épített fel egy konzervatív értékvilágnak megfelelő imázst.

1998-ban, mint említettük ilyen (konzekvens és hatásos) filmet mutatott be a MIÉP (és nagyjából az SZDSZ is, de kevesebb szimbolikus síkot megszólaltatva, mint 1994-ben). És itt is említhetjük az MDF filmjét, amely – ha a pártnak az volt a célja, hogy világképét, család-pártiságát és családeszményét mutassa fel – mindkét szempontból professzionalistának tekinthető.

A fenti négy alaptípus, mint bármely tipológia, erősen leegyszerűsítő. A valóságban többnyire a típusok *átmeneteivel*, keveredéseivel találkozunk. Az ilyenfajta tipologizálásnak azonban az a módszertani értelme mindenképpen megvan, hogy szempontokat, dimenziókat, erőteret kínál az elemzés számára.

(Az ÚSZ 1998-as filmjét a fenti típusok egyikébe sem tudjuk még a fenti, közelítő módon sem besorolni, mert egyfelől politikai programjában egyértelmű, a használt szimbólumok ezzel adekvátak, és bőségesek, ugyanakkor a párt arculata nem teljesen kidolgozott, a használt eszközök pedig hatásukban egyenetlenek).

Másodlagos jelentések

A nyelvi és képi üzenetek sokrétűsége, sokféle értelmezési lehetősége olyan másodlagos jelentéseket is létrehoz, amelyek az üzenet szándékától teljesen függetlenek, vagy éppen azzal ellentétesek, s ezért rontják az üzenet hitelét, hatékonyságát.

1994

Az 1994-es kampány során több ilyen típusú bakival is találkozhattunk. Az SZDSZ kampányfilmjében a miniszterelnök-jelölt például azt mondta: „Járom az országot, találko-

zom az emberekkel, és mesélem nekik az SZDSZ programját”. A szándékolt jelentéseken túl – az országot járó miniszterelnök-jelölt ismeri az ország problémáit, kapcsolata van az emberekkel, ráadásul ő maga vezeti az autóját az erősen hierarchiajelző sofőr helyett, vonaton látjuk utazni, aminek szintén „demokratikus” sugallata van – a „mesélem” kifejezéssel azonban belép egy másodlagos jelentés is. A kifejezés elsődleges jelentése a megnyugtató apa képet is sugalló képzetkörhöz kapcsolódik, a másodlagos jelentés azonban két negatív elemet is rejt: akikhez beszél, akiknek mesél, azok gyerekek; a program, amit ismertet „csak mese”.

Ilyen másodlagos jelentést hord magában az 1994-es MSZP-nek – a részben az ötpertes műsorba is beemelt – választási hirdetése a bakancsos ugránczó kislányról. A szándékolt jelentést inkább csak találgatni lehet (a durva katonai bakancs képe mosolygós, szőkefürtös, ugránczó kislány látványára van kifuttatva, s ezzel téveszmék, előítéletek megkérdőjelezéséhez járulna hozzá: „amit katonai bakancsnak hisztek, az egy ártatlan kislány lába”, „ekevasat a kardokból” stb.), de a másodlagos jelentés visszafelé is hat: ugyan egy ártatlan szőke lánykát látunk, de mégiscsak férfiméretű – és katonai – bakancs van a lábán! És ez a másodlagos jelentés már felidézi az MSZP identitás-problémáit: az önkép 1994-re sokat módosult, az önigazolás kényszere gyöngült, de a kampányfilm azért még megőrizte védekező, defenzív jellegét, hatásában a diktatórikus elődpárttól való elszakadás bizonytalanságát is.

Ugyancsak a másodlagos jelentések körébe tartozik a Köztársaság Párt 1994-es filmjében a süketnémáknak szóló jelbeszéd hatása is. Az elsődleges, szándékolt jelentés a párt figyelmességét, a hendikepeseknek szóló megkülönböztetett figyelmet hivatott jelezni, de a műsoron végigvonuló szerepeltetése egy idő múlva kioltotta ezt a hatást, s ezáltal belépett az a másodlagos jelentés, hogy amit a párt vezetője mond, tolmácsolásra szorul, a nézők pedig süketek, mindenesetre a közlő és a közönség között áthidalandó távolság, kommunikációs problémák vannak (nem képesek egy nyelven beszélni).

A másodlagos jelentés egy további alete az az MSZDP kampányműsorában látott képsor, ahol a közbiztonság megerősítésének szükségességét érzelmileg is alá kívánták támasztani, de ezt olyan látvány illusztrálta, amelyben rendőrökutya rohantak le vadul emberekre, akik fejüket kezükkel védve vágódtak a földre a kutyák támadása elől, s még ha sejteni is lehetett, hogy gyakorlatról van szó, a képek erőszakot sugalló durvasága legfeljebb olyan nézők körében lehetett hatékony, akik a közbiztonság megerősítését feltehetőleg nem az MSZDP által elgondolt módon kívánják megvalósítani.

1998

Ebben az évben is létrejöttek hasonló – feltehetően nem kívánt – másodlagos jelentések. A legtöbb az EMU filmjében. Az egyik a reklámparódia, amelynek során a párt önmagát, mint a huszadik század kellemetlenségeinek gyógyszerét ajánlja, és ezt a szokásos formulával zárja: „a mellékhatásokról kérdezze meg orvosát, gyógyszerészét”. Ám ezzel nyomban azt is sugallja, hogy nekik (mint „gyógyszernek”) nemkívánatos mellékhatásaik is lehetnek. A szervezet filmjének szöveges részébe több nyelvhelyességi hiba is csúszik („...értékek, akik”, „megszólítani” a „megszólaltatni” helyett). Az ilyen, a szó szoros értelmében vett bakiban nem maga a baki, az elvétel az igazi „baki”, hanem az, hogy bekerül a műsorba. Minthogy mindenki tudja, hogy ezeknek a műsoroknak a kampánykészítők általában minden másodpercét átgondolják, változatokat készítenek stb., így ha végül véletlen hiba marad bennük, ez vagy azt jelenti, hogy felületesen, hozzá-nem-értéssel, vagy nemtörődő módon végezték munkájukat, vagy azt, hogy nincsenek tisztában a magyar nyelv szabályaival. Mindkettő a dilettantizmus bélyegét ütheti a műsorra.

Másodlagos hatást vált ki az a tény is, hogy az FKGP filmjében a pártelnök nem néz a néző szemébe, és szövegét szinte egyszuszra mondja el. Ahogy az átélt, természetes beszéd az üresebb szöveget is hitelesítheti, éppúgy sugározhat hiteltelenséget az, ha azt érezzük, hogy az előadó viszonya külsődleges a mondandójához és a nézők megszólítását feladatnak, kényszerű kötelességnek tekinti.

Az MSZP-nek filmjükben is felvillanó plakátján egy kis földdarabból kicsírázó palántát melenget két tenyér. Az óvó tenyér az MSZP kampánytervezőinek kedvenc metaforái közé tartozhat, mert már 1990-ben is előálltak egy hasonlóképpen szerencsétlen plakáttal (ott a tenyerek egy csecsemőt óvtak [?], dobta a levegőbe [?], néhány átfirkáló asszociációi szerint viszont éppen széjjeltépték). A mostani plakát is öngól: senki sem gondolja, hogy a csírázó palánta legjobb helye a tenyérben van, a talajból kiszakítva. Sőt, a kép éppen hogy azt sugallja, hogy az élet és jövő e jelképét természetes talajából kiszakították.

Másodlagos hatás az is, amikor az MDF vezetőin végigsvenkelő kamerába be-bevillannak az asztal innenső felén, a bemutatottakkal szemben ülők tarkói. Ha ez nem volna véletlen, akkor azt mondhatnánk, hogy az MDF kampánykészítőinek meg a tarkó a gyöngéje (lásd a „Tovariscsi konyec” plakátot).

Ugyancsak az MDF filmjében ellentmondás, hogy a film egésze a biztonságot, családi harmóniát sugallja, a végén viszont a család a sínek között látható, ami pedig éppenhogy a veszélyeztetettség érzetét kelti. (Lehet ez is szándékos üzenet, az ideális, békés életet fenyegető jelen veszélyekre utalando, de a film jellege, és a kép plakátokon való alkalmazása alapján ez nem nagyon valószínű.)

A Munkáspárt kampánya hangsúlyozottan szerény: már nem a kormányra kerülést célozza meg, csak hogy módosító hatása legyen; célja csak a bekerülés a Parlamentbe, mint a pártelnök a rövid, fizetett hirdetésben mutatja is ujjával: az 5%. Persze a célkitűzés így közelebb van a realitáshoz, de másodlagos hatásként gyöngeséget sugall. (Kérdés, hogy az SZDSZ kampányában nem okozott-e ugyanilyen bumeráng-effektust az, hogy a kampány arra épült, hogy az SZDSZ a kormánypolitika módosításához, „jó irányban tartásához” kell, de óhatatlanul csak mint kisegítő, másodlagos tényező.)

Árulkodó képek

Míg az előző típusnál a szándékosan bemutatottak összhatása hordott magában több jelentést – s közte a nem kívántat is –, itt a szándékoktól függetlenül keletkező látványelemek hordoznak nem kívánt jelentéseket.

1994

Az előző kampány során az MSZP műsorában a párt szinte minden képviselőjelöltjét részben pártbeli rangját feltüntetve láhattuk (párt elnöke, alelnöke stb.), részben *irodájában* ülve, a világtól elszigetelt térbe helyezve. Ezek a hatások szintén a párt továbbélő apparátus-jellegére, hagyományaira, reflexeire utaltak.

Hasonlóképpen az MSZDP bemutatkozásakor, ami a hűvösvölgyi Nagyréten séta közben történt, amivel feltehetőleg a párt természetes, nyitott, a mindennapi élettel kapcsolatban lévő jellegét szerették volna jelezni, a kamerák tükrében azonban a séta im-bolygó mozgásként jelent meg, s ez – a párt más csatornákon is érzékelhető – bizonytalanságát sugallta.

1998

Az ez évi kampányban ilyen hatás például az NF filmjében az, hogy – talán csak a népitáncosok kivételével – szinte kizárólag a német nemzetiség kultúrájára utaló elemeket látunk (német színház, iskolaközpont, emlékmű, német nyelvű kommentárfelirat, községtábla). Miután a szervezet a magyarországi nemzetiségek közös képviselőjeként mutatkozik be, ez az egyszálúság kínos, főleg, hogy kiderül, a szervezetnek a szöveget mondó vezetője is német nemzetiségű.

Az EMU szavakban azt hangsúlyozza, hogy a pártpolitizálással szembeni alternatíva akar lenni, s közben a megalakulását aláíró három szervezet közül kettő már a nevében is *párt*. Ez azonnal megkérdőjelezi az állítottak hitelét. A másik akaratlan üzenetet a képen láttottak hordozzák: az aláírás bürokratikus aktusa, a nagy férfitöbbség, és a háttérben unatkozó, mással foglalkozó emberek látványa szinte árasztja magából a bürokratizmus és a léleketlenség légkörét.

A MIÉP filmjében a pártelnököt egy hölgy köszönti, akinek a kezében nemzetiszín nejlonszatyor van. Ez nyilvánvalóan nem tartozik a film tervezett elemei közé; talán azért hagyták a végleges változatban, mert a film sok – a nemzeti érzés fontosságát sugalló – nemzetiszín kelléke közé jól illett ez is. Csakhogy a zászló színei a nyílonszatyron már nem a hazafiságot, hanem annak olcsó aprópénzre váltását, elüzletiesedését jelentik, s ez feltehetőleg igencsak távol áll a filmkészítők eredeti céljaitól.

Műfaji problémák

Azon típusú bakik tartoznak ide, amikor az üzenet továbbítására alkalmazott *csatorna* sajátosságaival nem számol az adott párt: televízióban szerepel, s közben eltekint a képi hatóeszközök alkalmazásától. S ez nem csak azt jelenti, hogy egyetlen embert látunk sötét háttér előtt sötét ruhában öt percen keresztül beszélni (1994: NDSZ), hanem azt is, hogy az emberi arc képi kifejezőerejétől is eltekint a műsor. Ezt a hibát követte el 1998-ban az FKGP és az MDNP is.

A műfaji problémák körébe tartozik az is, amikor a képi hatóeszközöket egyedül a *vágóképek* alkalmazásával használja egy párt. Ez a rossz híradók műfajának átvétele; nem számol azzal, hogy egy pártot bemutató kampányfilm céljára más műfaj sokkal megfelelőbb volna. Ennek legegységesebb példáját adta 1994-ben az EKGP *spot*-ja, 1998-ban pedig az NF-é. (Hasonló műfajtévesztés az EMU-é is, hiszen a szervezet megalakulásáról szóló tudósítás aligha állja a versenyt az erős hangulati sugallatokkal teli kampányfilmekkel.)

Kiüriült szimbólumok

1994

Ehhez a csoporthoz azok a tévesztések sorolhatók, amikor a párt által választott és alkalmazott szimbólumnak (ötletnek) nincs elég üzenete egy egész kampány számára, vagy a szimbólum éppen a túlhasználás miatt elkopott. A 1994-es kampányban ennek a bakinak az alaptípusa a FIDESZ narancs-szimbóluma, (ami a szakmai profizmusnak és politikai kiüresedtségnek a fentiekben már elemzett kombinációjáról is árulkodott.) Jó, ha egy párt rátalál egy olyan alapszimbólumra, amit a sajátjának mondhat, adekvátnak érez, hiszen ez a pár-

tot könnyen és gyorsan azonosíthatóvá teszi (egyértelmű felhívó erejű színe, formája, asszociációs köre miatt), a nézőt a ráismerés örömeivel ajándékozta meg, a humor alkalmazása pedig oldja a politikai küzdelem erőlködésének, gyakran durvaságának negatív hatásait. De ennek a választott, majd jól bejáratott szimbólumnak csak a párt megismertetésének fázisában van különös jelentősége, később ez már *önmagában* nem elég. S ha a párt túlságosan nagy arányban épít továbbra is erre az egy ötletre – s 1994-ben a FIDESZ plakátjai, óriás poszterei, fizetett hirdetései, City-light reklámjai, közlekedési eszközökön olvasható feliratai, lámpaoszlopos hirdetései mind ezt az alapszimbólumot gyúrták – akkor szükségképpen túlhasználja. Ráadásul ezen a módon *személytelenné* is vált a párt megjelenése, mert a narancs mosolyoghat, állhatja az ütések, felruházzhat sokféle emberi tulajdonsággal, de nem pótolhat emberi arcokat. (Túlhasználás jellemezte a FIDESZ *spot*-jának „történelmi dokumentumfilm”-részleteit is. Világos volt a hagyományteremtés szándéka, de mivel az 1990-es kampányból egészen apró változtatásokkal átvett részletek képviselték a „cselekményességet”, óhatatlanul kiváltódott az az asszociáció is, hogy „úgy látszik, azóta nem csináltak semmi érdemlegeset”).

1998

A legutóbbi kampányban ilyen látványos túlhasználás nem volt: most egyébként az SZDSZ követte el ugyanazt a hibát, amit 1994-ben a korábbi, sikeres kampányfilmje részleteit idéző FIDESZ, de ők csak egy kisebb részletet vettek át ilyen módon, az eredeti szándék szerint feltehetőleg az állandóságot, megbízhatóságot kívánva jelezni.

Kínosabb az MSZP szórólapja, ahol *ugyanazt*, az egyébként *német!* családot ábrázoló képet vették át egy reklámcég képkészletéből, s tették kampányuk elemévé, amit 4 évvel megelőtt a KDNP. (A választók emlékezőképességét nem lehet lebecsülni; G. Nagyné Maczós Ágnesnek is szemére vetették, amikor *ugyanaz* a fényképe szerepelt két egymásutáni kampányban [1990, 1994] – két *különböző párt* jelöltjeként.)

Az MSZP-s szegfű is kezd egyébként kiürült szimbólum lenni, legalábbis ebben a kampányban (a nem biztos, hogy szerencsés NBC-asszociáción kívül nem tudták még annyira sem elevenné tenni, mint amilyen az MDF-filmjébe szervesen illeszkedő tulipán).

Túlhasználásnak tekinthető a „népi kultúra” megjelenítésére a népitánc is az NF képanyagában, ahol két ilyen célú bejátszással is találkozhatunk, éppen ezért is tűnik olyan közhelyesnek.

Kinek is szól az üzenet?

1994

Ha egy párt kampánya nem találkozik a párt lehetséges választóinak *elvárásaival*, akkor feltétlenül bakik történnek a kampány során, mert a párt nem számol a befogadó közönységgel, elbeszél az emberek mellett. A katonai iskola és a tradicionális családi nevelés fegyelme, „férfias” határozottsága ideál lehet egy hagyományokhoz igazodó, konzervatív értékrendben, de a hatvanas-hetvenes évek magyar- és világtendenciái által is nevelt nemzedékek számára az ideált nem ez jelenti, s így az erre épített MDF-es kampány üzenete inadekvát a történelmi idővel és a választók generációs összetételével. (A hiba itt abból származott, hogy az 1990-es választási eredményt, ami nagyon sok összetevőből táplálkozott, az MDF összetévesztette az ország lakosságának értékrendszeri arányaival, s úgy épít-

tette fel kampányát, mintha ez a konzervatív értékrendszer többségi helyzetben lenne az országban.)

Ezt a bakit követte el a FIDESZ is 1994-ben, amikor félfordulatot hirdető kampányával elbeszélte a választók elvárásai mellett, s az alternatív értékek háttérbeszorulásával saját választóköreinek is csalódást okozott.

1998

Ebben az évben az MDNP műsorán lehetett leginkább érezni, hogy nem egészen világos, hogy kihez szól: a folytonosság és fordulat kettős jelszavával ugyan a mérsékelt centrum képzetét keltette magával kapcsolatban, de ugyanez a gondolat az ellenzéki érzelmű választók számára túl opportunistá, a kormánypártiaknak pedig túl hűvös és idegen lehetett.

Az MDF egyetlen apró mozzanatot kivéve jól számolt közönsége elvárásaival. Ez az apró kivétel azonban valódi baki: filmjükben a főszereplő kismamában az utóbbi évtizedek mozgóképkultúrájában természetes módon, „időjáték” keretében merülnek fel az emlékképek, köztük az esküvő. A konzervatív vizuális kultúrájú nézők olvasatában (s hogy igen sokan így „olvasnak” képsorokat, erre nagyon sok visszajelzést ismerünk) itt előbb volt a gyermek, azután az esküvő, ami a párt számára nyilván elsődleges célpontot jelentő konzervatív választók megnyerésében nemigen számíthat a pozitív hatásokra.

Mindezek a hibák, „bakik” persze nem tartoznak a választásokat eldöntő hatások közé. Szerepük lehet az egyes pártok imázsának végső kiformalásában, de csak színező szerepük. És megfordítva: önmagában a profizmus sem biztosítja a győzelmet. A legprofibbak általában bekerülnek a Parlamentbe (vagy a parlamenti pártoknak, illetve a nagyobb tömeg támogatású pártoknak van általában elég pénzüik arra, hogy profi filmet csináljanak?), ugyanakkor eddig még nem volt példa arra sem, hogy a legjobb műsort készítő párt nyerte volna meg a választást. Talán az igazi esélyesnek nincs annyira szüksége a reklámeszközök mozgósítására, mint az „üldöző bolynak”.

Zsolt Péter

MÉDIAETIKA A JÁTEKELMÉLETBEN

A mit a játékelmélet tud mondani az erkölcsről, az nem kevesebb, mint az, hogy a logika eszközének segítségével kimutatható, hogy egyes szakmák különböző problémái csak bizonyos típusú erkölcsökkel oldhatók meg úgy, hogy ne kerüljünk csapdahelyzetbe. Ezeket az erkölcsöket a helyzettől függően kell váltogatnunk.¹

Alapvetően a konzekvencialista etika a kiindulópontunk, tehát azt előfeltételezzük, hogy a csapdákat el kell kerülni. Mondhatnánk azt, hogy a lelkiismeret nyugalma úgy is elérhető, ha nem törődünk a következményekkel, de ezt néhány vallástól eltekintve seholsem találjuk meg. Az is igaz, hogy kristálytisztá konzekvencialista etika sem fordul elő, és a médiának is vannak olyan előzetes szabályai (Harris 1992), amelyeknek betartása felszabadítja az újságírókat a felelősség terhétől, s ha valami baj történik, azt a baleset kategóriájába sorolja.

Mindezt azért bocsátjuk előre, mert a játékelmélet két szempontból is egy kicsit elvonatkoztat a valóságtól. Egyrészt azért, mert tisztán a lehetséges következmények alapján ítéli meg az erkölcsi típusok alkalmazhatóságát, másrészt mert csupán az élet szimmetrikus helyzeteit vizsgálja.

Az erkölcs és a játékelmélet összefüggéseiről Mérő László ír a *Mindenki másképp egyforma* című könyvében (Mérő 1996). Érdemes ezen a megkezdett úton továbbmenni, és megvizsgálni, hogy a különböző szakmák erkölcsé mennyiben árnyalja az általa felvázolt képet. Mi ezen belül csak a média erkölcsi problémákat felvető helyzeteit vizsgáljuk, és ezeken belül is csupán azokat, amelyek értelmezhetők a játékelmélet számára. Először az erkölcs általános típusait mutatnánk be – ahogy azt Mérő is tette –, majd a játékelmélet alapmodelljeit, immár a médiaetika oldaláról.

Erkölcs és játékelmélet

Az arany szabály etikája szerint, amit nem akarsz, hogy megtegyenek veled, azt te se tedd másokkal. Ez Konfuciusz etikájának kulcsa, de ugyanígy Platónhoz vagy Jézushoz is köthetnénk. Nem csak a tiltás, de az ajánlás oldaláról is megfogalmazhatjuk ugyanezt. Jó lenne, ha nem csak azt tudnánk, hogy mit ne tegyünk mással, de arra is volna mankónk, hogy mit tegyünk. Ebben az esetben két kimenetel lehetséges. Egyrészt, ha azt ajánljuk,

hogy mással azt tegyük, amit magunknak szeretnénk, ez a keresztény jézusi tanítás is, vagy pedig, ha mással azt tesszük, amit ő kíván magának, ez a platóni etika. Platón az emberi szabadságot saját korlátaink felismerésében látta, nem utolsósorban abban, hogy a másik szabadságát, ha csak lehet, tiszteletben kell tartanunk. Előfordulhat ugyanis, hogy másnak nem az jó, ami nekünk jó lenne, de természetesen az is, hogy a másik nem tudja pontosan, mi a jó neki. Már ezen etikán belül is választás elé kerülhetünk, mégis azt mondhatjuk, hogy mindkét variáció az arany szabály elvét követi.

A másik jelentős filozófiai etikai rendszer Kant nevéhez fűződik. Kategorikus imperatívusza (föltétlen fölszólítás) szerint azt a cselekvést kell mindig választanunk, amit ha mindenki választana, helyes módon cselekedne. Tehát nem az én, vagy a másik szempontjait kell szem előtt tartanunk, hanem azt, hogy mindketten tehessük ugyanazt. Az általános érvényre emelhető cselekvés mindig a helyes cselekvés. Kant szerint lehetőségünk van rá, hogy az alapelveket (maximákat) felismerjük. Kategorikus imperatívusza szerint pedig a jót önmagáért kell cselekednünk, azért az emberért, aki semmilyen dologgal nem cserélhető fel. A következőképpen fogalmaz: „Cselekedj úgy, hogy akaratod maximája mindenkor egyszersmind általános törvényhozás elvéül szolgálhasson.” (Kant 1991: 468, kiemelés Mérő 1996: 76) Kant azokat a cselekvéseket nevezi kategorikusnak, amelyek minden lehetséges logikai helyzetben alkalmazhatóak. Azt nevezi egyáltalán erkölcsnek, ami nem önérdékből fogalmazódik meg, mint az utilitarizmusban, hanem önérdéktől mentes kötelességtudatból.

Mindenkinek, véli Kant, követnie kell a feltétlen erkölcsi parancsot, mert ha csak egyvalaki van, aki minket pusztán eszköznek tekint, azt nem hagyhatjuk rá. Így aztán a valódi világunkban nincs módunk arra, hogy mindig a kategorikus imperatívusz szerint viselkedjünk. Ezzel Kant le is mond arról, hogy megvalósítható legyen egy igazságos világ, azt viszont tudtunkra adja, hogy elméletileg létezhetne ilyen. Tudjuk, mi a jó, csak nem tesszük.

Ezen kívül még két, a kategorikus imperatívusz alatt is értelmezhető modern erkölcsi rendszerrel fogunk foglalkozni. Az egyik a *Tit for Tat*, a másik pedig a kevert stratégia.²

A fogoly-dilemma

A fogoly-dilemma a játékelmélet legtöbbet idézett és legnépszerűbb modellje. Lényege abban rejlik, hogy a kooperációt mellőző dezertőr nyer, míg a kooperáló veszít. A vereség elkerülése érdekében ezért mindegyik fél arra kényszerül, hogy dezertáljon, emiatt viszont mindegyik veszít. A kölcsönös kooperáció hiányában többet veszítenek, mintha együttműködtek volna, de kevesebbet, mintha hagyták volna, hogy a másik egyedül dezertáljon.

Kant mintha az évek múltával épp a fogoly-dilemma problémájáról beszélne. Ha mindenki követné azt, ami összességében a legjobb volna, a helyes viselkedést választaná. A kategorikus imperatívusz maximája szerint cselekedd azt, ami általános érvényű, vagyis kooperálj.

A fogoly-dilemmát az újságírói magatartásra vonatkoztatva úgy értelmezhetjük a helyzetet, hogy az újságírók az információkért éles versenyt folytatnak, és ezért pontatlansággal fizetnek. Két újságíró versenyének az emberek zaklatása is lehet a következménye.³ Kant szerint az általános követendő maxima az lenne, ha az újságírók hajlamosak lennének önmérsékletre az információ-versenyben. Ez általános cselekvési elv lehetne, mert minden szituációban mindenki számára hasznos volna. Nem csökkenne általa a közéletiség ellenőr-

zése, nem sérülnének a nyilvánosság szereplőinek érdekei (a zaklatás halálos kimenetelétől megóvna), és az újságírók versenyében sem jutna az egyik jogtalan előnyhöz a másikkal szemben.

A kategorikus imperatívusz olyan recepttel tud szolgálni, amelynek segítségével a fogoly-dilemmákra helyes válaszok születnének. Mivel azonban dezertálók mindig lesznek az egyéni érdekek miatt, ezért a kategorikus imperatívusz követése legalábbis ebben a formájában nem hozna eredményt. Igazságérzetünket sértené, ha az egyetlen szabály alól dezertáló háttérbe szoríthatná az összes etikusan viselkedőt.

Valójában az újságírás történetében a kényelmes, keménykalapos újságíró úriemberek azért tűntek el, mert a dezertálók stílust váltottak, rámenősebbek lettek, s az emberek azokat a lapokat kezdték el vásárolni, amelyek közelebb kerültek a társalgási témákhoz. A kategorikus imperatívusz erkölcsi önmérsékletre intő morálját követők tehát egész egyszerűen kihaltak, a piac kikoptatta őket, legalábbis abban a szélsőséges puritán formában, ahogy az Egyesült Államokban kezdetben feltűntek.

Említsük meg ugyanakkor a New York Times gyakorlatát, ahol is tartózkodnak attól, hogy a bulvár stílusú szenzációkat, a szereplők neveit először kürtöljék világgá, de amint ez más forrásokban megtörtént, a hírtérték-versenyben ők is felveszik a kesztyűt. (Hírtértéküket a mértékletesség látszatával még fokozzák is.) Itt az erkölcsi recept a következő: első lépésként mindig kooperálj, de ha a másik verseng, te is válaszolj versengéssel! (Bolgár 1993.) Ez a szabály is lehet kategorikus imperatívusz, amennyiben úgy ítéljük meg, hogy minden helyzetben ez a szabály használható.

Pontosan ezt a receptet használták egy meghirdetett versenyben, ahol különböző számítógép-programok mérték össze a játékok során elérhető nyereményüket. A győztes az a program lett, amelyet Anatol Rapaport szociálpszichológus nyújtott be, és *Tit for Tamak* (TFT) nevezett el. A program mindig visszatért a kooperálásra, amint a másik kooperált, és minden újabb menetet kooperálással kezdett más típusú programokkal szemben, amelyek működését még nem ismerhette. A TFT valójában nem túlságosan intellektuális viselkedés, mégis ahogy Mérő írja, „hosszabb távon eredményesebb egy fogolydilemmákkal telített világban, mint a számító ész” (Mérő 1996: 65).

A kategorikus imperatívusznak létezik egy másik modern elméleti változata, alesete is, amely a végső hasznosság szempontjából szintén gyakran jó eredménnyel szokott szolgálni, és az élővilágban, mindennapi józan döntéseinkben is igen gyakori. Ez pedig a kevert stratégiának nevezett jelenség, ami azt jelenti, hogy bizonyos százalékban döntünk így, s bizonyos százalékban úgy. A kevert stratégia alapján cselekvő pontosan tudja, hogy milyen helyzetben milyen kockát kell feldobnia, azaz mekkora esélyt kell adnia a véletlennek, hogy súlyozott módon cselekedjék. A baj csak az, hogy az élővilágtól eltekintve, amely az evolúció során tényleg jól bevált kockákkal játszik, nekünk nincs módunk arra, hogy társadalmi világunkban kiszámoljuk, mindenkinek milyen valószínűség szerint kell megelépnie azt, ami a legjobb eredményt hozhatja. Vagyis valójában nem etikai szabályról van szó, mindazonáltal rendre megnézzük, hogy a különböző játékhelyzetben a „döntünk rugalmasan” elv mennyire használható.

Így, hogy lemondunk a véletlen alkalmazásának mindenki számára kötelező működteséről, már nem csak, hogy kilépünk a kategorikus imperatívusz aleseteinek világából, de épp ellentétesen cselekszünk azzal. Míg ott a kitétel az volt, hogy a cselekvés minden esetben ugyanolyan szabályok szerint alkalmazható legyen, itt pont fordítva, azt mondjuk, hogy ugyanolyan helyzetben is hol így, hol pedig úgy kell döntenünk.

Például a gyereket hol le kell engednünk játszani az udvarra, hol meg kell tiltanunk neki. Kevert stratégia alkalmazása esetén rendkívül sok változó súlyozásával (mennyire fegyelmezetlen a gyerek, hogyan viselkedett épp aznap, mennyi mozgásra van szüksége stb.) a jó szülő valahogy kikövetkezteti, hogy mi az optimális döntés, mi tesz jót a gyerek fejlődésének, ugyanakkor pontos előzetes receptek nincsenek. Még az is lehet, hogy teljesen azonos körülmények között is hol leengedjük játszani, hol nem, és e kevert stratégiának az eredménye az lesz, hogy a gyerek felnőve nem lesz merev, túri a frusztrációkat, de az igazságérzete és erkölcsi is a helyén lesznek.

A fogoly-dilemma helyzetekkel kevert stratégiánál az a baj, hogy teljesen fölöslegesen olykor kooperáló felekkel szemben is versengéssel indít, a TFT-vel viszont az a baj, hogy könnyű vele bennragadni a fogoly-dilemmában. Úgy vélem, az semmiképp sem helyes, ha például egy újság hol javasolja a munkatársainak, hogy az információs versenyben megengedhetetlen eszközökhöz folyamodjanak, hol pedig tiltja, s hogy az ilyen viselkedést függetlenítsék a környezettől. (A TFT legalább a környezet alapján hozza meg az olyan döntéseit, hogy ő sem vár tovább, ő is kiírja a gyanúsított nevét, ő is zaklatja a sztárokat stb., ha már mindenkit ez érdekel.)

Utoljára hagytuk az arany szabály alkalmazhatóságának a vizsgálatát, amely itt – a politikusokkal való barátkozás rossz tanácsát leszámítva – nem is értelmezhető. Egyszerűen életidegen az a gondolat, hogy hagyjuk, „hadd jelenjen előbb meg a másik lap a sztorival, ha ez a vágya”.

Az újságíró a fogoly-dilemma helyzettel saját munkája során például akkor találkozik, amikor arról kell döntenie, hogy a megszerzett információt azonnal leközzölje, vagy várjon még vele egy kicsit. Igen gyakori az a helyzet – jóformán mindennapos –, hogy érdemes volna kiegészítő információkat szerezni, mert úgy a hír biztosabb és tartalmasabb volna, de a hír leadásának késleltetése azt a kockázatot rejti magában, hogy egy másik média másik újságírója learatja a babérokat (Heritage 1990). Véleményünk szerint a fogoly-dilemma a tömegkommunikációban mindig a médián belül jön létre, legegyszerűbb esete pedig az újságíró–újságíró közötti verseny.

Összefoglalva azt mondhatjuk, hogy a klasszikus kategorikus imperatívusszal részeredményeket lehet elérni, de a realitások talaján („a földi világban” – így Kant) valójában könnyen lemaradhatunk vele a versenyben. A TFT-vel gyakori használattal sikeresek lehetünk, de egy menet fogoly-dilemmákban vagy döntetlent játszunk, vagy a vesztes oldalra kerülünk, míg a pluszként behozott szempontunkban, a kevert stratégiák alkalmazásában, amely már kilóg az etika alól, fordított a helyzet, itt egy menet fogoly-dilemmában győztesek lehetünk, de sorozatosan háttérbe szorulnánk. Kezdő vállalkozások ezért szoktak kevert stratégiával játszani, míg patinás vállalkozások a TFT-t alkalmazzák inkább. Erkölcsi szempontunk most legyen a patina. Itt az állítható, hogy az újságíró–újságíró információs versenyben az, akit mindig minden körülmények közt csak az elsőség érdeklí, szükségszerűen erkölcsstelen lesz.

Nemek harca

A játékelméletben azért kaphatta a nemek harca elnevezést az alább ismertetett helyzet, mert feltehetően a nemek szerelmi viszonyában a leggyakoribb. Itt a legnagyobb elégedettség abból származik, ha a felek együtt töltik el idejüket, még akkor is, ha azt teszik, amit a

másik szeretne, és nem azt, amit ők. (A fiú például focimeccset akar nézni, a lány pedig színházba szeretne menni.) Annyival fontosabb az együttlét, mint az, hogy végül is hol vannak, hogy amíg nagy a szerelem, elhanyagolható, hogy ki enged kinek.

Ezzel a játéktípussal politikusok és újságírók kapcsolatában találkozhatunk, ahol mindkettőnek van közös célja, s ez a nyilvánosság előtti szereplés, ugyanakkor kódolva van a felek ellenérdekeltsége is. Az etika terepe itt nem a kölcsönös kooperáció, mint a fogoly-dilemmákban, hanem a kölcsönös kooperáció elkerülése. Képzeljük el azt az újságírót, aki szeretne exkluzív interjút csinálni egy olyan politikussal, aki inkább elkerülné az ilyen helyzetet. A politikus viszont azt szeretné, ha az újságíró résztvenne a sajtótájékoztatón, mert lényeges számára, hogy az illető, aki mondjuk egy nagypresztízsű ellenzéki lap főszerkesztője, jelen legyen.

Mindkettejüknek a legfontosabb az együttlét. Csak míg a szerelmeseknél ennek érzelmi okai voltak, addig itt az ok az, hogy az újságírónak fontosak a politikustól nyerhető információk, a politikusnak viszont fontos a médiában való jelenlét. Az, hogy melyikük enged a közös célhoz képest, első pillantásra itt is elhanyagolható.

Míg a kölcsönös kooperáció, mivel összefonódást eredményez, nem kívánatos, addig a legszerencsésebb az egyoldalú kooperáció. A kérdés az, hogy miként lehetne olyan erkölcsi érvet hozni, amivel az egyoldalú kooperációt lehet elősegíteni. A feladat nem könnyű, legjobban talán, ha azzal próbálkozunk, hogy végignézzük, mit tudnak nyújtani nekünk a különböző etikák.

Az arany szabály ezúttal sem fog jó tanácsokkal szolgálni, hiszen az ellenérdekeltség fenntartása nem illeszthető össze az arany szabály követésével. Az arany szabálynak két variációja van. Az egyikben azt kell tenni, amit a másik önmagának szeretne. Ebben az esetben az újságíró azt teszi, amit a politikus akar, például elmegy a sajtótájékoztatóra, a politikus pedig azt, amit újságíró szeretne, elmegy az interjúra. Gondoljunk csak bele, mi volna, ha az újságíró és a politikus szüntelen egymás elvárásainak kívánná megfelelni. Ezt a legelfogadhatatlanabb manipulációnak tartanánk. Sajnos az arany szabály ebben az interakciós viszonyban épp ezt javasolná.

Az a változat sem sokkal jobb, hogy „azt kívánjuk másnak, amit magunknak szeretnénk”. Ha mindketten követik ezt az elvet, akkor az újságíró azt kívánja magának, hogy a politikus behódoljon neki, ezért arra gondolhat, hogy a politikus is örülne, ha ezt tehetné, és fordítva, a politikus azt hiszi, hogy az újságíró örülne, ha szolgálhatná őt, ezért lehetőséget biztosít neki. A komédiába illő helyzet végkifejlete csakis konfliktus lehet.

Hazai példával élve, Magyarországon a rendszerváltást követően az újságírók azt hiték, hogy ők a világ közepe, és a győztes MDF viszont azt várta volna, hogy őket szolgálja az újságíró társadalom, ha egyszer ők alakíthatták meg az első demokratikusan megválasztott kormányt (Sükösd 1992). A félreértés kölcsönös volt, és óriási viszály támadt belőle.

A kategorikus imperatívusz olyan egyetemes érvényre emelhető cselekvéseket tud javasolni, mint hogy politikus és újságíró tartsák távol magukat egymástól, vagy csupán annyit, hogy az újságíró tartsa távol magát a politikustól. Távolsgártartás esetén nincs korrupció a két fél között, de túlságosan is kevés a megszerezhető információ. Etikai kódexekben gyakran szerepel ez a felhívás, de ritkán valósul meg úgy, mint nálunk például 1997-ben a szocialista párti miniszterelnöki sajtótájékoztatót bojkottáló konzervatív újságírók esetében.

A szabály szélsőséges értelmezése még oda is vezethet, hogy a demokrácia működése akadozóvá válik, mert a sajtó, minden politikusi megnyilatkozás mögött a cinikus önértéket

feltételezve, elveszi az emberek kedvét a szavazástól. Ha a kölcsönös távolságtartás imperatívuszát kimondjuk, nem a legjobb, de nem is a legrosszabb állapot következik be.

A TFT a lehető legrosszabb eredményt hozná, hiszen ez az arany szabályhoz hasonlóan a kölcsönös kooperációt tartaná kívánatosnak. De az se volna szerencsés, ha az újságíró azt mondaná: „én megfelelek a politikus elvárásainak, de ha ő nem akar megfelelni az enyémnek, akkor én sem az övének”. Hamar elmérgesedne így a helyzet. A legegyszerűbb megoldás abból származik, ha az újságíró időnként hajlik a politikussal való együttműködésre, időnként viszont nem. Mindkét félnek úgy kell beállítania a preferenciáit, hogy általában a saját szakmai szempontjait kövesse: politikus a politikai etikát, az újságíró a médiaetikát, kis százalékban viszont hajlandónak kell mutatkozniuk arra, hogy a másik preferenciáiba is beleképzeljék magukat. Matematikailag kimutatható, hogy a nemek harca szituációkban ez eredményezi az individuális stratégiaként megfogalmazható legtöbb nyereséget.

Gyáva nyúl

A játék arról a hátborzongató helyzetről kapta a nevét, amelyben két fiatal úgy akarja eldönteni, hogy melyikük a bátrabb, hogy autóba szállnak és egymással szembe hajtanak. Amelyikük kitér, az a gyáva nyúl. A játék lényege, hogy az autóba szállás előtt mennyire tudják elhitetni a másikkal eltökéltségüket. Ha ez egyiküknek jobban sikerül, mint a másiknak, akkor a játék már az autóbaszállás előtt eldőlt.

A legrosszabb kimenetel az, ha egyikük sem hajlandó kitérni, ekkor ugyanis meghalnak. Az se rossz, ha mindketten kitérnek, mert akkor egyikük sem gyáva nyúl. A kölcsönös kompromisszum csupán azért nem jön feltétlenül létre, mert kívánatosabb, ha valaki győztesen távozzon.

Az újságíró és a riportalany összecsapásának analógiája ez, és akkor jön létre, amikor egymással szemben kezdenek versengeni. Például amikor ideológiailag elkötelezett politikus és újságíró összecsapására kerül sor, ez a sajnálatos játék-szituáció alakul ki. A cél a másik megfutamtítása, legyőzése. Nem minden esetben elítélendő azonban az ilyen játék-helyzet, sőt, politikusok és újságírók kommunikációja valóságában sorozatosan fodulnak elő „gyáva nyúl” játékok. A kommunikáció minden pillanatában annak méricskélése zajlik, hogy a másik még hajlandó-e a helyzet fenntartására, arra, hogy végigcsinálja az interjút. Gondoljunk például egy bűnözővel készített riportra. Az újságírónak, csakúgy mint a rendőrségi nyomozónak az a célja, hogy az alanyból minél több információt szedjen ki. Ebben a „gyáva nyúl” helyzetben a lehetőségek a következők. A legrosszabb eset, ha a riporter mindig ugyanazokat a kérdéseket teszi fel, és a riportalany rendre közli, hogy „sajnálom, de már közöltem Önnel, hogy erre a kérdésre nem válaszolok.” Esetenként persze ennek is lehet hírértéke, de tartalmas és hosszú interjú így aligha készíthető. Ha a versengés megakadályozza az interjú elkészültét, ez inkább egy rendőrségi kihallgatásra emlékeztet, s újságírói szempontból nagy tehetségtelenségről árulkodik.

Az arany szabály követése ezúttal sem nyújtja a legjobb segítséget. Erkölcsileg sem helyes magatartás ez, hiszen ezzel az interjút adóknak az újságíró nyújtana támogatást a manipulációhoz. Abban az esetben azonban, ha nem politikus az interjúalany, semmivel sem lehet igazolni a kommunikáció-képtelenséget.

A klasszikus kategorikus imperatívusz segítségével kimondhatjuk, hogy „sohase akard sarokba szorítani az interjúalanyt”, illetve „ne ez legyen a cél”.⁴ Ezzel nem állítjuk azt, hogy

kedvére kell tennünk, mint az arany szabály esetében, mégis az interjú ezúttal is legalább létrejön. Az is elmondható, ha mindenki alkalmazná a másik sarokba szorításának kerülésére vonatkozó maximát, a kárt hozó versengés megszűnne. Így azonban mi sohasem nyerhetnénk. Ez más körülmények között helyeselhető magatartás lehetne, de az újságírónál a riportalany eredményes sarokbaszorítása esetenként igencsak kívánatos, és a tájékoztatás javára válhat.

A Rapaport ajánlotta viselkedés esetében mi azonnal felvennénk a kesztyűt, ha a riportalany versengeni kezd velünk, és ez az előfeltételek miatt óhatatlanul konfliktust eredményezne, amiképpen a modellben ismertetett egymással szemben száguldó autóknál épp az összeütközést vonná maga után.

Úgy vélem, hogy a „gyáva nyúl” játékra igaz a leginkább, hogy a leghasznosabb a kevert stratégia alkalmazása. A kommunikáció során folyamatosan döntenie kell a riporternak, hogy erősebb kérdéseket tesz-e fel, vagy visszavonul. Azt hiszem, hogy mivel a médiaemberek igen gyakran kerülnek „gyáva nyúl” helyzetekbe, szakmájukról az mondható el, hogy alkati alkalmasságukat nagyban az határozza meg, hogy mennyire jók ebben a játékban. A kevert stratégia iránti jó érzékkel kell rendelkezniük, s mivel ez a viselkedés kicsit kívül áll az erkölcs mezején, talán nem véletlen, hogy maga a szakma az etikai kódexeket sokszor nem felszabadító, iránymutató keretként éli meg, hanem béklyóként. S valóban, az újságírók általában úgy is vélekednek, hogy a szabályok önállótlaná teszik az embert, míg más szakmáknál ez nem merül fel ilyen élesen.

Itt azonban annyit még feltétlenül el kell mondanunk, hogy nincs az a kommunikáció, amely csak egyetlen egy játékot vetne fel, s a beszélgetésből, vagy a helyzetből, a mondotak tartamából ne adódnának más típusú játékok is. A szimmetrikus küzdelmek is aszimmetrikussá válhatnak, és az újságírónak a játékelméletből kiszabadulva, erkölcsi kapaszkodók után kell nyúlnia. A „gyáva nyúl” játékban például az a jó, ha a másik kitér, de ha a másik kapitulációja teljes, már nincs „gyáva nyúl” játék.

Képzeljük el azt a bűnözőt, aki mindent bevall a riporternak egy műsorban. Az újságíró elérte a célját, ha azonban továbbra is a „húzd meg-ereszd meg” stratégiát választja, ízléstelenné válik, hatalmaskodó üldözésbe, kegyetlenkedésbe csap át. Ki kell lépnie egy másik erkölcsi rendszerbe, a kategorikus imperatívuszba, sőt az sem baj, ha az arany szabály értékeit képviseli már ilyenkor, és megpróbál együttérezni a bűnözővel. (Mindez elmondható olyan riportalany esetében is, aki például egy általa helyesnek vélt koncepciót képvisel egy darabig, majd feladja azt.)

Vezériürü

A mi példánk a jó gazdaasszony és a jólnevelt látogató találkozása. Mindkét fél arra törekszik, hogy a másikat visszautasíthassa. Ilyenkor a háziasszony azt mondhatja magának, hogy a másik neveletlen, de a vendég is vigasztalhatja magát azzal, hogy legalább jóllakott. Fordított esetben a vendég a nagyobb „vezériürü”, és ezért alig-alig nyúl az ételhez, s végül még azt is gondolhatja, hogy a szomszéd felesége rossz háziasszony, mert rosszul kínál.

Amikor egy szerkesztő eléri, hogy a tudósító az ő szája íze szerint készítse el az anyagát – akárcsak az a vendég, aki nem fogyaszt –, még le is nézheti a tudósítót ezért, hiszen mi sem bizonyítja jobban a tudósító szerény képességeit, mint véleményének feladása. Hasonló a helyzet fordítva is, a szerkesztő képességeit is megkérdőjelezi, ha mindig a tudósító akarata érvényesül.

A csapda magában a helyzetben van elrejtve. Talán elég, ha a CNN struktúrájára utalunk, amelyik attól olyan hatékony, hogy Atlantában döntenek el, hogy a rengeteg képanyagból mi hogyan, és mikor kerüljön adásba, a helyszínen lévő stábok autonómiája pedig csak addig működik, amíg a világban valahol ki nem tör egy nagyobb konfliktus. Ekkor, különösen az első lépések tekintetében, a központ veszi át az irányítást (Hannerz 1997). A rendkívüli központosítottság, és a helyi tudósító autonómiaigénye rendszeresen előidézi a „vezérürü” helyzetet.

Az a szerkesztő, aki – meggyőződése ellenére – úgy dönt, hogy az újságíró megközelítése érvényesüljön, szárnyakat adhat az utóbbinak, de a lap arculatát hosszú távon roncsozza. Ha a szerkesztőt és az újságírókat csak egymás szolgálata mozgatja, ez végül is nem a legrosszabb, de nem is a legjobb helyzet. A legrosszabb szituáció egy olyan kategorikus imperatívusból származhatna, amelyik szerint „légy hű önmagadhoz”. Ez ugyanis azt eredményezné, hogy ha a szerkesztő és a tudósító között nézeteltérés támad, az nem oldható meg másként, csak ha a műsor vagy a cikk nem kerül a közönség elé.

Az a kategorikus imperatívusz is, mely szerint „mindig légy jóba a főnököddel vagy a beosztottaddal”, itt nem más, mint egy megalkuvásra ösztönző maxima. Minél erősebb a meggyőződésünk az igazunkban (lásd a vietnami háború megítéléséről a helyi tudósítókat), annál inkább erkölcsstelen a meggyőződésünkkel ellentétes központ kegyeinek keresése.

A TFT alkalmazása a „vezérürü” helyzetben azért nem jó, mert itt is kölcsönös versengésbe merevíthet, míg a kevert stratégia itt is szolgálhat számunkra receptként. Körübelül tisztában lehetünk az igazsággal, igazunk értékével, és nyilvánosságra hozatalának esélyével. Ez alapján – akár véletlenszerűen is – hol „vezérürük” lehetünk, hol meg lemondhatunk erről.

Összefoglaló táblázat

A táblázathoz csupán annyit fűzünk hozzá, hogy ez a szöveggel szemben nem képes kellő komplexitás bemutatására. Hol egyszeri játékot néztünk, hol sorozatot, hol a jelenség egész rendszer szintjén való működését. Ezek különböző síkok. Továbbá azt mondtuk például, hogy a fogoly-dilemmában a TFT benntagadást eredményezhet, de mivel találtunk egy jó példát (a New York Times gyakorlatát), jobb elbírálást kapott. Vagyis a táblázat elsősorban az újságírás területén lévő szimmetrikus játékok erkölcsi típusainak lehetséges kimeneteleit ábrázolja, miközben erkölcsi ítéleteink eltéréseket mutathatnak a klasszikus játékpéldákhoz képest. Ebből következően elképzelhető, hogy más szakmáknál más következtetéseket kellene levonnunk. Mindez egy újabb adalék ahhoz, hogy az újságíróknak sajátos személyiséggel kell rendelkezniük. A táblázatból jól is látszik, hogy milyennel. Leginkább a kevert stratégiák alkalmazásához kell, hogy érzékük legyen.

Bár törekedtünk arra, hogy egyetemes logikai következtetéseket vonjunk le, úgy tűnik, megvannak a korlátai annak, hogy teljes összhangot lehessen teremteni az újságírás morális problémái és általában a matematikai modellek között. Másfelől felvethető, hogy nem túlságosan leegyszerűsítés-e, amit végeztünk, elvégre például politikus és újságíró nem csak „nemek harcában” szituációban szerepelhet, de „gyáva nyúl” helyzetben is. Természetesen tovább lehetne bonyolítani a leírást, de feltételezhetően egy még precízebb részletezéssel nem jutnánk már annyi új felismeréshez, mint amennyire az átláthatóságot csökkentenénk.

	<i>fogoly-dilemma</i>		<i>nemek harca</i>		<i>vezérürü</i>		<i>gyáva nyúl</i>	
	<i>K</i>	<i>V</i>	<i>K</i>	<i>V</i>	<i>K</i>	<i>V</i>	<i>K</i>	<i>V</i>
<i>K</i>	3 3	1 4	1 1	3 4	2 2	3 4	3 3	2 4
<i>V</i>	4 1	2 2	4 3	2 2	4 3	1 1	4 2	1 1
	<i>újságíró–újságíró</i>		<i>politikus–újságíró</i>		<i>szerkesztő–tudóstíró</i>		<i>újságíró–riportalan</i>	
arany szabály	<i>X</i>		\emptyset		\emptyset		\emptyset	
kat. imper.	+		+		\emptyset		+	
TFT	\oplus		\emptyset		+		\emptyset	
kevert strat.	\emptyset		\oplus		\oplus		\oplus	

Jelmagyarázat: \emptyset = az erkölcs rossz megoldást ajánl, *X* = nem jellemző vagy etikailag nem értelmezhető, + = értelmezhető, \oplus = jól megoldja a dilemmát, *K* = kooperál, *V* = verseng, a mátrix számai pedig annak a nyereségnek a nagyságát jelzik, amelyet a játékosok elérhetnek, ha mindketten kooperálnak, ha mindketten versengenek, illetve ha az egyik kooperál, a másik viszont verseng.

A kevert stratégia jó szereplésének oka (csupán a fogoly-dilemmában nem alkalmazható), hogy életünkben is általában ezen a nem racionális módon döntünk, csupán utóbb megmagyarázzuk döntésünket. Ha jó választjuk a lehetséges kimenetek számát, akár a kockadobásra is hagyatkozhatnánk. Ugyanakkor mindezt csak igen spekulatív módon tudjuk erkölcsi viselkedésként aposztrofálni.

Annak, hogy a TFT stratégia nálunk gyengén szerepelt, az az oka, hogy általában egyfordulós menetekben értelmeztük. Anatol Rapaport valószínűleg a média világába is ezt a programot küldené, és könnyen lehet, hogy ha kellően sok konfliktussal találná szemben magát, ezzel jó helyezést érne el. Mi a TFT sikerét csupán a fogoly-dilemma többmenetes alkalmazásánál emeltük ki. A TFT sikerét ott bizonyította, ahol sokat játszhatott, a média világában azonban úgy tűnik, hogy egy újságíró aligha kap újabb feladatokat, ha nem iktat be kellő számú kooperációt versenylépésekre, máskor meg nem elég rámenős azzal, aki már hajlik a kooperálásra, és így nem szedi ki belőle a tudását. A TFT nem életidegen, csak a kellő számú játéklehetőséget kell biztosítani a számára. Ezzel rendelkezik egy szilárd vállalkozás, de egy befutott újságíró is. Nagyon valószínű, hogy a TFT a befutott újságírók számára használhatóbb, mint a kezdők számára.

Az arany szabályt vagy a klasszikus kategorikus imperatívuszt általában jól lehet használni a fogoly-dilemmában és a „gyáva nyúl” helyzetben, szemben a „nemek harca” és a „vezérürü” játékok esetével, ahol ezek teljesen alkalmatlanok a helyes döntés kialakítására. Csupán az a gond velük, hogy a mindennapi életben a dezertálók, a versengők jobban járhatnak. A fogoly-dilemmában ez egészen látványos, de a „gyáva nyúl” helyzetben is az a résztvevő érezhet elégedettséget, aki sarokba tudja szorítani a másikat. Sőt, a világunk olyan, hogy a médiaembernek épp az a feladata, hogy ezt bizonyos korlátok között megtegye.

Bár megerősíthetjük az öregkori Kant vélekedését arról, hogy a polgári életben tudjuk a jót, de nem tesszük, mert alkalmazkodnunk kell a körülményekhez, és – tegyük hozzá – a

feladatainkhoz, a tekintetben már kevésbé vagyunk szkeptikusak, hogy az erkölcsi világ csak egy transzcendens síkon valósulhat meg. A miénk is egyfajta erkölcsi világ, amely állandó mozgásban van, de „kategorikus” is. Mérő László szavaival ezek a „moralitás játékai”.

JEGYZETEK

¹ A logika szempontjából az volna az igazi, ha erkölcs és játékelméleti helyzetek között általános érvényű megoldások születnének. Azt hiszem, ezek helyett inkább professziókra bontható eltéréseket találhatunk, ami nem kevésbé érdekes, immár az erkölcs-szociológia számára.

² A kevert stratégia a mi esetünkben kevésbé lesz a kategorikus imperatívsusz alesete, mint Mérőnél.

³ Épp e sorok írásakor halt meg Lady Diana egy olyan balesetben, amelynek okozói azok a bulvárlap paparazzik – fizetett lespuskások – voltak, akik megpróbálták róla és újdonsült barátjáról fotókat készíteni. A motoros-autós üldözés következménye az lett, hogy Párizs egyik alagútjában az angol trónörökös volt feleségét szállító luxusautó a falhoz csapódott, az utasok meghaltak, a világ közvéleménye pedig a híres embereket zaklató média ellen fordult.

⁴ Érdekes lehetőség, ha azt mondjuk ki, „az újságírónak mindig kötelessége sarokba szorítani alanyát”. Ám nem nehéz belátni, hogy az állítás nem tartható, öncélúsággal, cinikussággal, rombolással vádolható így az újságíró, ráadásul ez a magatartás végül kommunikációs csapdát eredményezhet, mely alól egy ilyen imperatívsusz esetén nem lehetne kibújni.

IRODALOM

- Bolgár György (1993) *A New York Times sztori*. Fortuna Kiadó, Budapest.
- Hannerz, U. (1997) Baj van a globális világhaluban. *Replika*, 1997. június, 87–101.
- Harris, N. G. E. (1992) Codes of conduct for journalists. In Belsey, A. – R. Chadwick (eds.) *Ethical Issues in Journalism and the Media*. Routledge, London and New York, 62–77.
- Heritage, J. (1990) A híradó interjú elemzése. In Siklaci István (szerk.): *A szóbeli befolyásolás alapjai*. Tankönyvkiadó, Budapest. II. kötet, 144–164.
- Kant, I. (1991) *Az erkölcsök metafizikájának alapvetése*. Gondolat, Budapest.
- Mérő László (1996) *Mindenki másképp egyforma*. Tericum, Budapest.
- Sükösd Miklós (1992) Médiaháború Magyarországon. A kormány és az MDF médiapolitikája 1990–1992. *Mozgó Világ*, 1992. október, 63–68.

Bajomi-Lázár Péter

A MONOPÓLIUM UTÁN. AZ OLASZORSZÁGI RÁDIÓZÁS ÚTJAI*

A második világháború után a közszolgálati rádió a legtöbb a nyugat-európai országban műsorsugárzási monopóliumot élvezett. Az állami médium évtizedeken át szinte változatlan formában megőrizte törvényben biztosított kiváltságos helyzetét. A hetvenes évek közepén azonban gyökeresen átalakult a rádiózás: megjelentek a magánkézben lévő, független állomások. E változások különösen Olaszországban voltak látványosak: a félszigeten a független helyi rádióállomások száma 67-ről (1975 novembere) 1964-re nőtt (1976 októbere), majd elérte a 2500-at (1978 májusa). Nápolyban egyszerre 250 állomás működött. A *Corriera della Sera* szerint az állami rádió, a RAI hallgatottsága a következő évre összesen 35 százalékkal csökkent (Chaniac *et al.* 1978:51–52).

A műsorsugárzásban beállt radikális változásoknak megvoltak a maguk előzményei. Fokozatosan felbomlott az a társadalmi konszenzus, amelyre a közszolgálati műsorszolgáltatás elve támaszkodott. 1968 májusa és az 1973-as olajválság után megerősödtek mindazok a csoportok – politikai tömörülések, alternatív kulturális mozgalmak, helyi hagyományőrző egyesületek, kisebbségi szervezetek –, amelyek a tömegközlelési eszközökben is helyet kerestek maguknak. A médiával szemben megfogalmazott társadalmi igények változása az évtized közepére-végére a plurális rádiózás megszületéséhez vezetett. Ám a piac szabályozatlan maradt. A körülmények a médiakonzentrációnak kedveztek: alig egy évtized alatt kialakultak a kereskedelmi médiabirodalmak. A közszolgálati médiumok ugyanakkor mind jobban a háttérbe szorultak: miközben csökkent hallgatóik és nézőik száma, politikai háttérő szervezeti válságokkal is meg kellett küzdeniük.

Az alábbi esettanulmányban röviden felidézem az olaszországi rádiózás történetét, majd megpróbálom feltárni a közszolgálati média hanyatlásának és a kereskedelmi média prosperálásának fontosabb okait.

* Ez a tanulmány az egyik fejezetét képezi Bajomi-Lázár Péter *Szmokingban a mikrofon előtt. Változó közszolgálati média a nyugat-európai rádiózásban* című könyvének, amely a közeljövőben az Új Mandátum Kiadónál jelenik meg.

A MONOPÓLIUM

Az olaszországi rádiózás története az első világháború utáni időkig nyúlik vissza.¹ Az első, még magántulajdonban álló rádió-társaságot, az Olasz Rádiószövetséget (*Unione Radiofonica Italiana* – URI) 1924-ben alapították. Első adását 1925. január 1-jén sugározta. Az új médium azonban csak kevesek tetszését nyerte el: a húszas években csupán néhány tízezer előfizető hallgatta. Az URI sokáig veszteséges maradt, és jobbra állami támogatásokból tartotta fenn magát.

Az olaszországi rádiózás további fejlődését alapvetően meghatározta az, hogy – a politikai intézményrendszerrel együtt – fokozatosan a fasiszta párt irányítása alá került.² A párt mind jobban a befolyása alá vonta az URI-t, majd 1927-ben Olasz Műsorsugárzó Egységgé (*Ente Italiano audizione radiofoniche* – EIAR) keresztelte át. A műsorszolgáltató vállalat vezetését a fasiszta párt első titkára vette át, felügyeletét pedig a frissen létrehozott Sajtó és Propaganda Minisztérium látta el. Az EIAR-nak szigorú műsorpolitikai elvárásoknak kellett megfelelnie – így például kamarazenét, színielőadásokat, operát és egyházi eseményeket közvetített –, politikai műsorait pedig a fasiszta kormány kinevezett biztosa felügyelte. A hírműsorok kizárólag az állami sajtóügynökségre támaszkodhattak. A rádió feladatai közé tartozott az is, hogy közvetítse a kormánynak a néphez intézett üzeneteit (Miquel 198:97–100).

A gazdaságilag fejletlen országban azonban az adások még mindig csak kevés hallgatóhoz jutottak el. A lakossághoz képest a vevőkészülékek aránya meg sem közelítette a kor nyugat-európai átlagát. Bizonyára ez is szerepet játszott abban, hogy a nyomtatott sajtó fontosabb helyet foglalt el a propagandagépezetben, mint a rádió: Mussolini, aki pályáját újságíróként kezdte, jobban bízott a nyomtatott sajtóban (Sartori 1993:183–184).

Az elvesztett háború után a politikai intézményrendszerhez hasonlóan a még mindig állami tulajdonban álló rádiót is átszervezték, ám műsorsugárzási monopóliumát megőrizte. Az új műsorszolgáltató, a RAI (*Radio Audizione Italiane*, 1952 után *Radiotelevisione italiana*) működését egy 1947-es rendelet szabályozta, és egy parlamenti bizottság felügyelte. E testület azonban szűk jogkörrel rendelkezett: a rádió elnöki székében már 1946 óta a kereszténydemokrata Giuseppe Spataro ült, akinek személyisége nem kis hatást gyakorolt a RAI műsorpolitikájára. A második világháború utáni kormányokban domináns szerepet játszó kereszténydemokraták évtizedeken át, egészen 1975-ig a befolyásuk alatt tartották a közszolgálati rádiót.

A demokratikus rádiózás modelljének tekintett BBC műsorpolitikáját követő RAI fontos céljai közé tartozott az objektív tájékoztatás, a „magas kultúra” terjesztése és az „igényes” szórakoztatás. Műsorait két testület felügyelte: a már említett parlamenti bizottság, valamint a kulturális élet – a színház, az irodalom, a klasszikus művészetek – vezető személyiségeit tömörítő kulturális bizottság. A műsort domináló tájékoztató-oktató programok valóságos küldetést töltöttek be: a háború végén Olaszország több mint 13 millió teljes vagy funkcionális írástudatlant számlált, miközben a felsőfokú végzettségűek száma a fél milliót sem érte el (Sartori 1996:148).

A közszolgálati rádió három csatornája különböző műsorokkal szólította meg hallgatóit. Az első csatorna, az *Il Programma Nazionale* hírműsorokra és beszélgetésekre szakosodott, a második, a *Secondo Programma* népszerű-szórakoztató műsorokat kínált, a harmadik műsor, a *Terzo Programma* pedig kulturális és oktatóműsorokat sugárzott.

A rádió bevételeinek javát az előfizetési díj fedezte. Emellett a kincstár a RAI-nak juttatta a rádiókészülékek gyártási adójának egy részét is. 1947-től az állami rádió reklámokat is sugárzott – éves reklámbevétele elérte az akkor tekintélyes összegnek számító 300 millió lírát (Miquel 1984:143).³

A RAI működését felügyelő bizottság hatáskörét csak egy 1975 áprilisában elfogadott törvény bővítette: azóta e testület látja el az állami műsorszóró általános felügyeletét, és delegálja a RAI vezetőségének tagjait (Barendt 1993:24-26). Ezzel megszűnt a kereszténydemokrata párt lényegében kizárólagos befolyása a műsorpolitikára. A törvény életbelépése után a közszolgálati rádió különböző csatornái – amelyeket a *Radio Uno*, *Radio Due* és *Radio Tre* névre kereszteltek át – önálló szervezeti egységként jelentek meg, és egy-egy politikai csoportosulás – a szocialisták, a kereszténydemokraták, illetve a kommunisták – befolyása alá kerültek (Sartori 1996:150–151).

A PLURÁLIS RENDSZER

A centralizált, túlméretezett és hierarchikus irányítású közszolgálati rádió nem reagált elég gyorsan a hatvanas évektől felgyorsuló társadalmi változásokra. Már nem elégítette ki a mind jobban elszaporodó (ellen)kulturális és politikai mozgalmak által teremtett új igényeket. Megjelentek a konkurens rádióállomások, amelyek a közönség mindaddig elhanyagolt rétegeinek – például a könnyűzenére éhes fiataloknak vagy a Kommunista Párttal szembenálló radikális újbóloldali mozgalmak híveinek – sugározták műsorukat. A RAI monopóliumát először 1975 elején törték meg az első kalózkodók, például a Milánó egyik kommunista negyedéről elnevezett *Radio Bra Onde Rosse* (Bra-i Vörös Hullámhossz Rádió).⁴

Az engedély nélküli műsorsugárzókkal szemben az érvényes törvényekre hivatkozva kezdetben fellépett a rendőrség is. A helyzet azonban gyökeresen megváltozott az Alkotmánybíróság 1976 júliusi határozata nyomán. Ez gyakorlatilag eltörölte a RAI monopóliumát és engedélyezte a magánadók működését.⁵ A bíróság a magánrádiók működését ahhoz a feltételhez kötötte, hogy műsorukat csak helyi (városi vagy regionális) vételkörzetben sugározhatják.

A frekvenciák szétosztása azonban szabályozatlan maradt. Bárki felállíthatta a maga adókészülékét, és elkezdhetette sugározni a neki tetsző műsort.⁶ A frekvencia azé lett, aki nagyobb teljesítménnyel sugárzott – vagyis rendszerint a tőkeerősebb állomásé (Sjöberg 1994:30). Kaotikus helyzet alakult ki: előfordult, hogy a frekvenciák sokszor önkényes kiválasztása miatt interferencia alakult ki a különböző adók között. Az egymást követő kormányok több, sikertelen kísérletet is tettek a helyzet jogi rendezésére – ám a kialakult *status quo* megbolygatásának, a rádiózás korlátok közé szorításának politikai kockázatát végül egyetlen parlamenti erő sem vállalta.

A helyzeten csak egy 1990-ben elfogadott törvény (előterjesztője, az akkori postaügyi és távközlési miniszter után Mammi-törvénynek nevezett jogszabály) változtatott: ez bizonyos szabályokhoz kötötte a helyi rádióadók frekvenciaengedélyének kiadását, és ezzel valamelyest rendet teremtett a kaotikus viszonyok között (Barendt 1993:27). Kritikusok szerint azonban a Mammi-törvény nem más, mint a nyolcvanas években kialakult helyzet

legitimizálása (Sjöberg 1994:30; Sartori 1996:158–159). A törvény formálisan is eltörölte az állam műsorsugárzási monopóliumát. A jogszabályban lefektetett eljárás alapján 1995-ig több mint kétezer, már működő rádióállomás kapott műsorsugárzási engedélyt (Sartori 1996:172).

Az Alkotmánybíróság rendelete nyomán így gyorsan nőtt a magánrádiók száma, amelyek között egyaránt voltak a jobbára könnyűzenét sugárzó, apolitikus kereskedelmi adók és az ideológiailag elkötelezett, a fennálló társadalmi-politikai renddel elégedetlen közösségi állomások. Ám valamennyi adó megegyezett abban, hogy pontosan meghatározott célközönségnek, és nem a társadalom egészének szánta műsorát. A magánrádiók megjelenése a valódi szakosodás kezdetét jelezte.

A magánrádiók

A szórakoztató könnyűzenét, telefonos vetélkedőket és reklámokat sugárzó *kereskedelmi*, vagyis nyereségérdekelt állomások a hetvenes évek végére a helyi rádiók mintegy 75 százalékát tették ki. Szakítva a közszolgálati rádió „magas kultúrát”, vagyis elsősorban klasszikus zenét és szépirodalmat népszerűsítő műsorpolitikájával, felvállalták és hirdették a tömegkulturális termékek forgalmazását. A kultúrát egyszerű fogyasztási cikké tették. Műsorpolitikájuk a hallgatók elvárásait követte. Jobbára fiatalokból álló közönségüket barátságos, közvetlen hangnemben szólították meg, igyekezve a minimálisra csökkenteni a rádióhallgatókat és a műsorkészítőket elválasztó távolságot (Bajomi-Lázár 1996:36). Kevés politikai és hírműsort adtak, tartózkodva az állásfoglalástól – hiszen arra törekedtek, hogy minél több hallgatót nyerjenek meg maguknak.

A kereskedelmi rádiózás kritikusai mégis úgy vélik, hogy a kereskedelmi adók szórakoztatás-orientált műsorpolitikája – szemben az önmagukról alkotott képpel – korántsem tekinthető semlegesnek. Ideológiájuk – amelyet a kereskedelmi műsorsugárzás támadói előszeretettel neveznek konzumerizmusnak – a fogyasztást népszerűsíti. Műsoraik a hirdetések köré szerveződnek. Azt sugallják, hogy a fogyasztás nem pusztán boldogít, de a boldogság kizárólagos forrása – voltaképpen az egyetlen lehetséges út. A piaci szabadságot, a választás önkéntességét fennen hirdető kereskedelmi médiában valójában korlátozott a választás lehetősége. A hallgató-fogyasztó választhat ugyan a fogyasztás különböző formái és módjai között, ám ezt az életmódot egészében nem utasíthatja el (Keane 1991:84–90). E kritikusok szerint az öncélú szórakozás és fogyasztás az önálló gondolkodás, a kritikus szemlélet feladásához vezet, veszélybe sodorva a művészeteket, a kulturális örökséget. Úgy vélik, a fogyasztói magatartás szükségszerűen a kreativitás elvesztését vonja maga után. De nemcsak ezért utasítják el a kereskedelmi rádiózás gyakorlatát. Politikai szempontból is károsnak tartják: azzal érvelnek, hogy a fogyasztásra helyezett hangsúly társadalmi-politikai téren is passzív magatartásra ösztönzi a hallgatókat, vagyis állampolgárból fogyasztóvá alacsonyítja le őket (Murdock 1991:56; Gore 1992).

Ez az érvelés azonban egyoldalú. Mindenekelőtt azért, mert abból a feltevésből indul ki, hogy a kereskedelmi rádiókban közvetített üzeneteket a közönség gondolkodás nélkül a magáévá teszi. Ez azonban több okból is vitatható. Egyfelől azért, mert a mai hallgatók már rutinosak: tapasztalataik megtanították őket arra, hogy a „beszélő dobozból” feléjük áramló üzeneteket éppoly gyanakodva fogadják, mint a például a rádióban is hallható, rendkívüli ajánlatokkal kecsegtető reklámokat. Másfelől pedig azért, mert a média és a sajtó – ha gyakran tökéletlen formában is – valamilyen választékot kínál a közönségnek. Az átlagos hallga-

tó-újságolvasó több különböző médiumból és újságból tájékozódik. Egymással versengő nézeteket vet össze, mérlegeli elfogadhatóságukat – és a vélemények és üzenetek összességére támaszkodva alakítja ki a maga világképét.

És azért sem teljesen helytálló a fenti érvelés, mert a kereskedelmi rádiók jó részének műsorában fontos szerepet töltenek be a helyi és regionális közéleti és kulturális események is. Hallgatóikat gyakran aktív szerepvállalásra és lakóhelyük eseményeinek folyamatos követésére ösztönzik – függetlenül attól, hogy a helyi életről szóló információk éppen azért állnak műsorpolitikájuk központjában, mert e híradások komoly hallgatóságot biztosítanak számukra, így közvetett módon növelik profitjukat. Az állampolgári cselekvés mintái sok esetben átértékelődtek: a hangsúly az országos politikáról a helyi eseményekre tolódott.⁷

A közösségi állomások egy-egy ideológiai, kulturális vagy területi alapon szerveződő csoport irányítása alatt állnak. Műsoraikban szubkultúrájukat népszerűsítik, vitafórumot és megszólási lehetőséget teremtenek tagjaiknak – vagyis egyfajta integráló szerepet vállalnak magukra. Elősegítik a csoporton belüli kommunikációt és önszerveződést, miközben a külvilág számára is értelmezhető képet közvetítenek a közösségről. Fontos szerepet játszanak a marginális helyzetű vagy kis létszámú csoportok pozitív önképének kialakulásában és megszilárdulásában. A hetvenes évek végén és a nyolcvanas években különösen nagy népszerűsége tettek szert azok a közösségi állomások is, amelyek valamely politikai csoportosulás támogatását élvezték, és műsoraikban főként politikai propagandát fejtettek ki – ilyen például a római *Radio Città Futura* (Jövőváros Rádió) vagy a bolognai *Radio Alice*. Külön csoportot alkotnak a keresztény helyi rádióállomások. Ezek száma különösen az elmúlt másfél évtizedben nőtt meg. A Vatikán által is támogatott érdekvédelmi szervezetük négyszáz tagot számlál.

A ma érvényes törvények – elsősorban az 1990-es Mammì-törvény és egy 1992-es jogszabály – nem ismerik a közösségi rádiózás kategóriáját. Ehelyett nem-kereskedelmi, azaz olyan rádiókról beszélnek, amelyeket csak egyesületek, alapítványok vagy szövetkezetek működtethetnek. A nem-kereskedelmi adók műsoridejük legfeljebb öt százalékában sugározhatnak hirdetéseket (szemben a kereskedelmi adók 20 százalékos küszöbével), ám ezen felül központi támogatást is kapnak. A központi támogatás összege azonban nem mérhető össze a kereskedelmi rádiók jövedelmével (Sjöberg 1994:34). Technikai felkészültségük, a műsorok szakmai színvonala rendszerint messze elmarad a nyereségérdekeltektől.

A kereskedelmi és közösségi magánrádiók kritikusai gyakran rámutatnak, hogy a frekvenciák liberalizálása, a szakosodott állomások (vagy műsorok) megjelenése nem hozta magával a vélemények és műfajok várt pluralizmusát. A magánrádiók kínálatának megvan a maga határai: a műsorszolgáltatók a szélesebb közönség igényeinek kielégítésére törekednek, miközben a kis létszámú és gyakran rossz anyagi helyzetű közösségek, a marginális csoportok nem elég erősek ahhoz, hogy – akár a hirdetések célcsoportjaiként, akár közvetlen támogatással – eltartsák a rádióállomásukat.

A látszólagos sokszínűség mögött meghúzódó uniformizmus trendjét erősíti az is, hogy a nyolcvanas és a kilencvenes években az elkötelezett közösségi állomások száma folyamatosan csökkent, miközben a kereskedelmi adóké növekedett. Az olaszországi rádiózás főáramából ma hiányzik a kisközösségek értékeinek szisztematikus megjelenítése. A marginális kultúrákra szakosodott műsorok a főműsoridőből a késő esti órákra szorultak, vagy csak a nagyvárosokban hallhatóak a fennmaradt közösségi állomások valamelyikének hullámhosszán.

A Távközlési Minisztérium 1994-es adatai szerint a helyi rádiók száma ma eléri a négy-

ezret. Más források – így a statisztikai gyűjtések és a rádiós szervezetek – két- és háromezer közé teszik a számukat (Sjöberg 1994:31). A becslések közötti nagyságrendnyi különbségeket az magyarázza, hogy nagy a fluktuáció: egyes állomások megszűnnek, miközben mások állnak a helyükre, vagy több adó egyesül. A formálódó kereskedelmi hálózatok esetében gyakran kétséges, hogy egy-egy adó meddig tekinthető önállóan, vagyis az, hogy a formális függetlenség mögött valódi függetlenség áll-e. Abban az esetben, ha több stáb használja ugyanazt a technikai berendezést, sokszor nem világos az sem, hogy egy-egy frekvenciát hány állomás használ.

A közszolgálati rádió

A magánrádiók megjelenése megingatta a RAI pozícióit.⁸ Hallgatottsága a hetvenes évek vége óta folyamatosan csökken. Ez a tendencia ma is folytatódik. Az *Audiradio* adatai szerint 1994-ben a hallgatóság 27,3 százaléka, 1995-ben 22,78 százaléka, 1996 első harmadévében pedig csak 21,3 százaléka követte figyelemmel a RAI műsorait – vagyis öt rádióhallgatóból négy elpártolt a közszolgálati rádiótól (Shisa 1996: 152).⁹ Ezek az adatok azonban valamelyest félrevezetőek: elfedik azt a tényt, hogy az abszolút hallgatottságot tekintve ma is a RAI két csatornája a legnépszerűbb (lásd az 1. táblázatot a következő fejezetben).

A közszolgálati rádió állandósuló válságát jelzi a gyakori vezetőváltás is. Nem segítene a RAI-on a folyamatos átszervezések sem. Előbb közös vezetés alá vonták a három, szervezetileg független csatornát, majd átalakították műsorprofiljukat. Az átgondolatlan lépések azonban csak tovább súlyosbították a helyzetet. A *Radio Due* például eredetileg főként az idősebb korosztályoknak sugárzott szórakoztató műsorokat. Miután megváltoztatták műsorszerkezetét, az új programok elsősorban a fiatalokat célozták meg. Ennek az lett az eredménye, hogy a régi közönség elpártolt az állomástól, a fiatalabb korosztályokat viszont nem sikerült meghódítania – ők továbbra is a magánrádiókat hallgatták. Nem kedveznek a RAI-nak a technikai körülmények sem. Az ország több részén gyenge vagy változó a vétel. Genovában például a *Radio Uno* a különböző városrészekben más-más frekvencián – összesen hat különböző hullámhosszon – fogható (Schisa 1996:152–155).

A RAI állomásai mellett meg kell említeni két hírműsorokat sugárzó országos hálózatot is. Ezek – a Baloldali Demokrata (volt kommunista) Párthoz közel álló *Italia Radio*, és a Radikális Párthoz közel álló *Radio Radicale* – szintén közpénzekből kapnak támogatást.

AZ OLIGOPÓLIUM FELÉ

Az Alkotmánybíróság 1976-os rendelete engedélyezte ugyan a helyi vételkörzetű műsorsugárzást, de megerősítette az országos vételkörzetű műsorsugárzás állami monopóliumát. Az országos kereskedelmi csatornák kialakulását azonban továbbra is törvény tiltotta.

A helyi kereskedelmi állomások egy része mégis hálózatba tömörült vagy összeolvadt. A félsziget csaknem egész területén sugároz az a tíz társaság, amely több állomás felállításával, a helyi adók felvásárlásával vagy frekvenciáik bérbevételével jött létre (1. táblázat).

Az egyes állomások formális függetlensége mögött gyakran tőkeerős sajtókonglomerátumok állnak, amelyeknek az ország egész területén vannak érdekeltségeik. E függetlenség azonban nem feltétlenül jelent többet azoknál a rövid „ablakoknál”, amelyekben a helyi híreket és hirdetéseket közlik, mielőtt visszatérnének az ország több pontján sugárzott műsor továbbítására.

1. táblázat

A legnagyobb állomások hallgatottsága 1996-ban (ezer fő)

Állomás	Közönség
1. Radio Rai Uno	8086
2. Radio Rai Due	5806
3. Radio Deeia y Network	4677
4. Radio D. Suono	4365
5. RTL 102,5 Hit Radio	3950
6. Radio Italia	3815
7. Radio 105 Network	3309
8. Radio Cuore	2243
9. Radio Lattemiele	1920
10. Radio Rai Tre	1815

(Forrás: Audiradio, idézi Schisa 1996:155)

Egy-egy nyereségérdekelte rádió fenntartásának alapvető feltétele, hogy elég nagy legyen a közönsége. Minél többen hallgatják adásait, annál magasabb áron értékesítheti műsoridejét, és annál több műsoridőt vesznek tőle a hirdető és a hirdetési piac nagy részét uraló reklámügynökségek. Különösen fontos az utóbbiak közvetítő szerepe, hiszen a helyi kereskedelem csak a reklámpiac elenyésző részét foglalkoztatja, míg az országos és multinacionális nagyvállalatok olyan médiumokban igyekeznek hirdetni termékeiket, amelyek egész régiókat vagy országokat lefednek.

A siker megköveteli a kifinomult és költséges technikai bázis kiépítését és a profi műsorkészítők megvásárlását is. A megfelelő háttér kiépítése hosszú ideig tart és komoly összegeket emészt fel, miközben évekbe telhet, mire egy-egy állomás nyereségessé válik. E feltételek hiányában egy állomás nem termelhet profitot. A független állomásoknak kevés esélyük van a túlélésre, ha nem találnak maguknak tőkeerős befektetőket. Mindezek a tényezők kedveznek a tőke- és a médiakoncentrációnak.

A tőkekoncentrációval párhuzamosan a tőkeszegény állomások fokozatosan képtelenné válnak arra, hogy megőrizték kezdeti pozíciójukat a hallgatókért folytatott versenyben.¹⁰ Vegetálásra, az adások beszüntetésére, vagy arra kényszerülnek, hogy pénzzé tegyék infrastruktúrájukat, frekvenciájukat és kemény munkával meghódított közönségüket: fokozatosan beépülnek a kialakuló médiabirodalmakba, miközben formális függetlenségüket akár meg is őrizhetik.

Az olaszországi rádiózás átrendeződését jól érzékeltetik az adatok is. Míg 1980-ban a kereskedelmi hálózatok a reklámpiac 5,4 százalékából részesedtek, részesedésük 1995-ös becslések szerint elérte a 33,8 százalékot. E növekedés együtt járt a RAI piaci részesedésének jelentős, és a független helyi állomások kisebb mértékű piacvesztésével (*Media Key* no. 143/1995, idézi Sartori 1996:161).

A növekvő forgalmú konglomerátumok nemcsak a médiapiac több szegmensében vívnak ki domináns pozíciót. Ugyanazok a tulajdonosok kiterjeszthetik befolyásukat a nyomtatott sajtó jelentős részére, a műsorgyártásra, a hanglemez- és a reklámparra. A rádiózással rokon területeken elért kvázi-monopolhelyzetük pedig ahhoz vezet, hogy az esélyegyenlőség tovább csökken. A versenyben mind jobban alulmaradnak a tőkeszegény vállalkozók, miközben a tőkekoncentráció felgyorsul. Új vállalkozók gyakorlatilag nem tudnak belépni a piacra.

A közszolgálati rádió monopóliumának idején a kereskedelmi rádiózás hívei azzal érveltek a monopólium eltörlése mellett, hogy a sokszínű média megjelenése a műsorok minőségének javulását hozza majd. Szerintük az állami beavatkozás fölösleges teher, amely csak gátolja a hallgatók választási szabadságának érvényesülését. Ezért az állami szabályozás helyét a piac önszabályozó mechanizmusainak kell átvenniük. Legyen a hallgatók száma a siker fokmérője. A minőség a sokszínűségben rejlik. Lehetőséget kell teremteni arra – így a kereskedelmi rádiózás hívei –, hogy a hallgatók maguk válasszák ki a nekik legjobban tetsző csatornát.

A nyolcvanas évektől mind intenzívebbé váló médiakoncentráció azonban arról tanúskodik, hogy a piaci mechanizmusok hosszabb távon nem feltétlenül kedveznek a sokszínű média fennmaradásának. A rádióadók elveszítik függetlenségüket, ez pedig a műsorok uniformizálódását vonja maga után. A hallgató választási lehetőségei beszűkülnek. Vagyis a piacnak mint szabályozónak az érvényesülését már nem indokolja kielégítően az az érv, hogy biztosítja a média sokszínűségét. A kellő számú tőkeerős vállalkozó hiányában – vagyis abban az esetben, ha a piac viszonylag kicsi – a piaci mechanizmusok éppen az ellentétes hatást váltják ki, vagyis a kínálat szűküléséhez vezetnek.

A rádiózásban bekövetkezett változások megteremtették az új helyzet – a médiakoncentráció – igazolását szolgáló érveket is. Ezek szerint a magas színvonalú műsorok gyártása sok pénzt emészt fel, a független, kis rádióállomások pedig képtelenek előteremteni a színvonalas műsorok költségeit. Nem tudják fedezni azokat a kiadásokat, amelyeket az infrastruktúra állandó korszerűsítése, a jó nevű szakemberek megvásárlása, a műsorgyártás (például az önálló hírműsorok előállítás), vagy a neves vendégek meghívása ró az állomásokra. A médiakoncentráció révén kialakuló új helyzet hívei szerint a média- és tőkekoncentráció eredménye éppen az, hogy több pénz jut a műsorokra. A nagyobb befektetés pedig színvonalasabb programokat eredményezne. A minőség biztosítóka a gazdasági erő volna (Hoffmann-Riem 1996:309).

Ez a gondolatmenet persze – csakúgy, mint az állami monopólium vagy a „piacosított” média mellett szóló érvek – több szempontból is vitatható. Az oligopolisztikus vagy kvázi-monopolisztikus kínálat kétségtelenül korlátozza a hallgatók választási lehetőségét: a piacon csak *egyféle* minőség van jelen, a magas színvonalú műsoroknak csupán *egyféle* koncepciója érvényesül. A médiát egyetlen logika – a gazdasági törvények logikája – uralja, miközben teljesen a háttérbe szorulnak az egyéb – politikai, szociális, kulturális – megfontolások.

A felgyorsuló tőkekoncentráció nyomán kialakult helyzet azért is kétséges, mert a munkáltatók számának csökkenése kiszolgáltatottá teszi az újságírókat. Az oligopolisztikus helyzetben a kritikus szerkesztők könnyen állás nélkül találhatják magukat. Autonómiájuk fenyegetettsége pedig meggyengítheti annak a társadalmi ellenőrzésnek a hatékonyságát, amelyet a nyilvánosság, mindenekelőtt a média és a sajtó gyakorol a politika tisztasága felett.

Az oligopolisztikus helyzet kialakulása nemcsak a sajtószabadságot fenyegeti. Nem biztosítja a szólásszabadság érvényesülését sem: semmilyen biztosítékot nem kínál arra, hogy az elesettek, a hátrányos helyzetű és kispénzű csoportok képviselői is szóhoz juthatnak a médiában.

Az olaszországi rádiózás közelmúltját végigkíséri a médiakoncentráció megakadályozására tett erőfeszítések. Az országos kereskedelmi hálózatok kialakulását először 1984-ben támadták meg a bíróságok. Ez a kísérlet azonban nem járt sikerrel. A bírósági eljárások nyomán a kormány kibocsátott egy olyan rendelkezést, amely legitimizálta a már működő kereskedelmi láncok működését.

A kilencvenes években mind erősebbé vált a törvényhozók azon törekvése, hogy fenntartsák a média sokszínűségét. Az 1990-es Mammì-törvény a frekvenciakészlet 30 százalékát fenntartja a nem-kereskedelmi állomásoknak. Egy 1992-es jogszabály korlátozza az országos kereskedelmi hálózatok számát, újabb hálózatok kialakulásának pedig azzal kívánja elejét venni, hogy limitálja azoknak a járásoknak (*provincia*) a számát, amelyeken ugyanaz a helyi állomás műsort sugározhat. A jogszabály meghatározza azt is, hogy a helyi állomásoknak a műsoridő milyen hányadában kell helyi eseményekkel foglalkozniuk, és korlátozza a közös műsorsugárzás maximális arányát is.

Az 1992-es rendelkezés megszabja azt is, hogy egy területen egy tulajdonos csupán egy állomást működtethet. Egyazon tulajdonos országosan csak három rádióállomást és ugyanennyi tévécsatornát birtokolhat, ám egyazon területen nem működtethet egyszerre rádió- és tévécsatornákat is (Sjöberg 1994:34).

A RÁDÍÓ VÁLTOZÓ SZEREPE

A „zsebrádió-forradalom”

A rádióhallgatási szokások átalakulásában fontos szerepet játszott két fontos technikai újítás: a jobb hangminőséget kínáló FM műsorsugárzás elterjedése, és a zsebrádió kifejlesztése. E készüléket már 1948-ban kidolgozták a *Bell Telefon Társaság* műhelyeiben, ám csak a hetvenes években indult hódító útjára. Olaszországban a hordozható vevőkészülékekből 1976-ban ezer százalékkal többet adtak el, mint az előző évben. A zsebrádió elterjedése fontos állomást jelentett a média történetében: elhárult a tömegközlési eszközök terjedésének egyik alapvető műszaki akadálya. Filléres, mindenkinek elérhető vevőkészülék került piacra. A rádiózást már nem kötötte sem a hely, sem az idő.

Nemcsak a technika fejlődött, de változtak a szokások is. Felnőtt az a háború utáni nemzedék, amely mindenekelőtt szórakozni, fogyasztani akart. Az a generáció, amely látványosan törekedett arra, hogy megkülönböztesse magát a szülők nemzedékétől. Szimbólumtárába jól illeszkedett a függetlenséget is megtestesítő hordozható rádió, amelyből kedvencei zenéi áradtak.

Nemcsak a hallgatók száma növekedett, de megnőtt a készülék mellett töltött idő is. A lassan az egész napot betöltő rádiózás megjelenésével kezdetét vette az a folyamat, amelyet talán a média (tágabb értelemben vett) *szekularizálódásának* nevezhetünk. A műsor követése már nem figyelmet igénylő, ünnepélyes alkalom, hanem rutinszerű, rendszeresen ismétlődő vagy folyamatos, másodlagos cselekvés.

A zsebrádió által hozott „forradalmi” változást egyes szakírók abban látják, hogy a rádiót családi médiumból egyéni médiummá alakította (McQuail 1994:19–20; Sartori 1996:149). A rádióhallgatás már nem közösségi élmény. Azzal pedig, hogy megváltoztak a rádióhallgatás körülményei, megváltoztak a rádióhallgatási szokások is. A rádiózás elvesztette szertartásos jellegét, és a kötetlen kikapcsolódás eszköze lett. Átalakult a műsorstruktúra: a figyelmet lekötő műsorok – hírósszeállítások, rádiójátékok, stúdióbeszélgetések – helyét mind jobban átvette a passzívan hallgatható zene. Kialakult a háttérrádiózás.

Ugyanakkor a rádióhallgató közönség fragmentálódásával megnyílt az út a rétegműsorok és a rétegcsatornák előtt. A korábban egységes képet mutató hallgatóságról kiderült, hogy nagyon is eltérő elvárásokat fogalmaz meg. A rádió már nem(csak) egy közösséghez szólt, de meg kellett jelenítenie az egyéni és csoportos partikularitásokat, a marginális kultúrákat is.

A mind népszerűbbé váló rétegrádiók új értékrendet képviseltek. Pozitív színben tűntek fel nem egy olyan sajátosságot, amelyről a hagyományos tömegmédia tüntetőleg nem vett tudomást, vagy egyenesen negatív képet közvetített. Szemben a társadalom egységét és közös vonásait kihangsúlyozó állami rádióval, a helyi, kulturális vagy generációs különbségeket már nem devianciaként, hanem értékként jelentették meg. Például a hagyományos családi és egyházi kötelek megglazulását vagy az elidegenedést új megvilágításba helyezték: immár a szabadság, a mobilitás diadalaként ábrázolták.

Az egész társadalmat célcsoportjának tekintő monolitikus közszolgálati rádió integrációs célokat szolgált: a politikai konszenzust, a társadalom egységét hangsúlyozta. A partikularitásokra összpontosító magánadók ezzel szemben ellentétes hatást gyakoroltak a hallgatókra: mobilizálták őket, az egyedi megoldásokat a közös cselekvés fölébe helyezték. A magánrádiók ezreinek megjelenésével a médiában közvetített tartalmak elvilágiasodtak: a közösségi értékek ápolását az individualizmus kultusza váltotta fel.

Az állami médium hanyatlása

A második világháború után a RAI újjászervezésével ismét törvénybe foglalt országos vételkörzetű állami műsorsugárzási monopólium nemcsak a kor európai gyakorlatát követte. Legalább két további megfontolás indokolta, hogy az új társadalmi berendezkedést gyakorló ország politikai vezetése kiváltságos helyzetet biztosítson a közszolgálati médiumnak.

Egyrészt egyfajta *társadalmi-politikai* integratív szerepet szántak az országos vételkörzetű, állami irányítás alatt álló rádióknak: a mindenhol egyformán fogható adások a vesztés háborúban széttzilált társadalom új egységét szimbolizálták. A közszolgálati rádió új hagyományokat igyekezett teremteni: közvetítette a diktatúrát felváltó demokratikus társadalmi rend nyelvezetét és témáit, valamint azokat a korlátokat, amelyeket egyetlen legitim politikai erő sem léphetett át. Az új rend alapjául szolgáló normákat és szabályokat népszerűsítette. Fontos szerepet kapott a jogállamiság legitimációjának megteremtésében, majd fenntartásában. A közszolgálati rádió az új társadalmi konszenzust és összefogást testesítette meg, miközben arra törekedett, hogy a társadalmat homogén egészként ábrázolja.

Másrészt az egész országot felölelő közszolgálati rádió szimbolikus jelentéssel is bírt: a *nemzeti-területi* egységet jelképezte. A területi integritásnak különösen nagy jelentősége volt és van egy olyan, gazdaságilag és kulturálisan egyaránt megosztott országban, mint Olaszország: a fejlett északi és a szegény déli területek ellentéte közismerten ma is súlyos társadalmi konfliktusok forrása. Az ország változatos történelme, a nemzetállam késői ki-

alakulása (1870) miatt a különböző területek lakossága gyakran ma is egészen eltérő identitással bír. A helyzetet csak súlyosbítják a nyelvi különbségek: az országban a lejegyzett dialektusok száma ezer felett van.¹¹

Az állam közszolgálati műsorsugárzási monopóliuma szervesen illeszkedett a kor nemzetállam-konceptiójába. A közszolgálati műsorszolgáltatás válsága pedig a nemzetállam koncepciójának válságát is tükrözte (Kovács 1995). A válság elmélyülését jelezte, hogy a közszolgálati rádiózás monopóliumát a hetvenes években az Alkotmánybíróság a helyi műsorsugárzás liberalizálásával eltörölte, a kimerítő törvényi szabályozás pedig a mai napig késik. A bizonytalanság oka a konszenzus hiánya: megbomlott az a társadalmi egyetértés, amely a háború után magától értetődőnek tekintette a média állami szabályozását és a közszolgálati rádió monopóliumát. A politikai diskurzusban a hangsúly a közös pontok felől a különbségekre terelődött; a homogén társadalom jelszavát felváltotta a heterogén társadalom ideálja.

A közös rendezőelvek megkérdőjelezésének látványos jele volt, hogy az állam szabályozó szerepe a médiában is a háttérbe szorult, miközben a helyét mind jobban átvették a piac önszabályozó mechanizmusai. A kereskedelmi média helyi és nemzetközi szinten szerveződik: a nemzeti keret háttérbe szorulása egyszerre kedvez a lokalizálódásnak és a globalizálódásnak.

A tőkeerős kereskedelmi média sikerének legfontosabb okai a gazdasági szükségszerűségeken rejlenek. Az országos és transznacionális médiabirodalmak, a tőkekoncentráció és az oligopolisztikus helyzet kialakulása csökkenti a piaci bizonytalanságot. Ugyanakkor csökkennek a gyártási költségek, az univerzális szimbólumok és kulturális jelentések elterjedése pedig növelik azt a területet, amelyen egy-egy kulturális terméket értékesíteni lehet (Strover 1995). A média fejlődésének mai irányvonala, az interaktív technológia megjelenése, a különböző médiumok összefonódása, a műfajhatárok elmosódása szintén a média-koncentráció trendjét látszik erősíteni.

Az olaszországi – és általában az európai – közszolgálati rádiózás hanyatlásában szerepet játszott az amerikai kultúra példátlan európai hatása is. A kereskedelmi műsorpolitika a húszas évektől az amerikai rádiózás sajátja volt. Elterjedése szorosan összefüggött az amerikai katonák és befektetők európai jelenlétével. Mi több, az európai közönség közvetlenül is megismerhette a műfajt a hollywoodi filmekből és a popslágerekből. Divatba jött mindaz, ami amerikai, miközben a hagyományos európai önkifejezési formák népszerűsége csökkent.

A nemzeti médiamonopóliumok bizonytalan helyzetét növeli a nyugat-európai kormányok európai uniós törekvése is. Mind többen sürgetik az egységes médiapolitikai elvek megfogalmazását és az országhatárok feletti összeurópai szabályozás megszületését. Kétségtelen, hogy az európai szabályozás híveinek dolgát jogharmonizációs problémák nehezítik. Még nehezebb feladatnak tűnik az, hogy érdekeltté tegyék azokat a gazdasági-politikai erőket, amelyeknek a kialakult helyzet fenntartása kedvez. Ugyanakkor a média nemzeti szintű, állami beavatkozáson alapuló szabályozását támogató politikai retorika már ma is sokak szemében szélsőségesnek tűnik. A nemzeti közszolgálati média kiváltságos helyzetének fenntartása szinte valamennyi nyugat-európai országban vita tárgya.

A rádiózás domináns modellje tehát gyökeresen átalakult. A tipikus – vagyis a legtöbb hallgatót vonzó – rádió ma kereskedelmi műsort sugároz, és valamelyik médiabirodalom tulajdonában áll. Eközben valamely országos kereskedelmi hálózat része: műsoridejének javában az ország egész területén hallható műsort sugározza. E műsorfolyamban ugyanakkor „ablakokat” nyithat a helyi vagy regionális hírműsorok sugárzására.

¹ Az első sikeres rádiós jeltovábbítási kísérlet is Olaszországhoz fűződik. 1894-ben Pontecchióban Guglielmo Marconi olasz kutató saját készítésű adókészülékével és antennájával először továbbított Morse-jeleket néhány száz méteres távolságba. Kísérleteit azonban az olasz kormány nem támogatta, ezért a kutató Nagy-Britanniában telepedett le, és megalapította a rádiózás első évtizedeiben Európában és Amerikában egyaránt jelentős szerepet játszó *Marconi Company*.

² Mussolini így fogalmazta meg pártja médiapolitikáját: „A sajtót, a rádiót és a filmet a propaganda szolgálatába kell állítanunk, hogy az embereket saját otthonukban szólíthassuk meg, és a külvilágban a legkedvezőbb benyomást keltsük a rezsimről”. (Idézi Miquel 1984: 97; ford. B.L.P.)

³ A kereskedelmi hirdetés műfaja már a háború előtt sem volt ismeretlen az olasz rádiózásban: a korabeli szabályozás a hirdetések arányát a műsoridő tíz százalékában korlátozta.

⁴ Ezeknél is korábban, 1970 márciusában szólt meg az első olaszországi kalózádió, a szicíliai *Radio dei poveri cristi* (Szegény fickók rádiója), amelyet egy újbóloldali szervezet, a Danilo Dolci csoport működtetett. A rendőrség azonban közbelépett, és az adások megszüntetésére kényszerítette a műsorsugárzókat. A következő években nem váltak ismertté kalózádiós kezdeményezések. (*Community Media?* 1980:111).

⁵ A bíróság az Alkotmány 21. cikkelyére hivatkozott. Ez mindenkinek biztosítja a szóbeli, írásbeli, vagy „más eszközökkel történő” önkifejezés jogát (Barendt 1993:24–25 és 78–79).

⁶ A közép-Olaszországban sugárzó, ambiciózusan *Italian Broadcasting Corporation* (IBC) névre keresztelt kalózádió például egy leselejtezett katonai adóvevővel, egy stúdióként is szolgáló padlásról sugározta műsorait – 1 wattos teljesítménnyel, heti harminc percben. Az első adás 1979. július 3-án szólt meg. Az állomás fénykorában a teljesítmény 200 watt-ra emelkedett, és az IBC négy frekvencián, összesen hat nyelven sugározta programjait (http://www.alpcom.it/freewavespir_ita.htm).

⁷ Olaszországban a hetvenes években nemcsak a helyi és regionális média indult páratlan fejlődésnek, de rendkívüli mértékben megnőtt az ilyen újságok száma is.

⁸ A közszolgálati műsorszolgáltatás válsága nemcsak a rádiózást sújtotta. Az állam műsorsugárzási monopóliumát eltörölő alkotmánybírósági határozat nyomán megjelentek Olaszországban a magán televíziók is. Míg a magántévék 1977-ben csak a közönség 4 százalékát vonzották, részesedésük két év alatt 24 százalékra szökött fel – közben a RAI ugyanennyi nézőt veszített.

⁹ A RAI és a magánrádiók a hallgatók különböző korcsoportjait vonzzák. Míg a RAI hallgatói között nagyobb számban képviseltetik magukat az idősebb korosztályok, a kereskedelmi adók elsősorban a fiatalokat – a 35 év alattiakat – vonzzák (Schisa 1996:152).

¹⁰ Erre a sorsra jutott például a már említett IBC Radio. A rendszeres bevételekkel nem rendelkező műsorkészítőknek az anyagi terhek mind elviselhetetlenebbekké váltak; az IBC korábban rendszeres adásai mind ritkábban jelentkeztek, majd végleg megszűntek.

¹¹ Európában Olaszországban a legmagasabb azoknak a száma, akik kizárólag vagy elsősorban közvetlen környezetük dialektusát beszélik. Az önálló identitásához erősen ragaszkodó Velence tartományban például a lakosság 35 százaléka még a hivatalos kommunikációban is a helyi dialektusokat részesíti előnyben a standard (firenzei) olasszal szemben (Serrianni *et al.* 1993:110).

IRODALOM

Bajomi-Lázár Péter (1996) Tömegkommunikációs forradalmárok, avagy a kereskedelmi rádiók esete a tömegkultúrával. *Törökfürdő*, 1996/2–3.

Barendt, Eric (1993) *Broadcasting Law: A Comparative Study*. Clarendon Press, Oxford.

Chaniac, Regine, Flichy, Patrick & Sauvage, Monique (1978) *Les radios locales en Europe*. Institut National de l'Audiovisuel, La Documentation Française, Párizs.

Community Media? (1980) *Education and Culture*. Strasbourg.

- Goret, Guido (1992) Az állam és a piac között: a független rádió hangja. *Parola Füzetek*. A közösségi rádiózásról. Közösségfejlesztők Egyesülete, Budapest.
- Hoffmann-Riem, Wolfgang (1996) *Regulating Media: The Licensing and Supervision of Broadcasting in Six Countries*. The Guilford Press, New York és London.
- Keane, John (1991) *Mass Media and Democracy*. Polity Press, Cambridge.
- Kovács Ildikó (1995) Közzolgálati műsorszórás és nemzetállam. In: Terestyéni Tamás (szerk.) *Közzolgálatosság a médiában*. MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport – Osiris, Budapest.
- McQuail, Denis (1994) *Mass Communication Theory. An Introduction*. SAGE, London.
- Miquel, Pierre (1984) *Histoire de la Radio et de la Télévision*. Librairie Académique Perrin, Párizs.
- Murdock, Graham (1991) Communications, Modernity, and the Human Sciences. In: Ronning, Helge & Lundby, Knut (szerk.): *Media and Communication*. Norwegian University Press.
- Sartori, Carlo (1993) Hű társunk, a rádió. In: Giovannini, Giovanni (szerk.): *A kováktól a szilíciumig. A tömegkommunikációs eszközök története*. Püski, Budapest.
- Sartori, Carlo (1996) The media in Italy. In: Weymouth, Tony & Lamizet, Bernard (szerk.): *Markets & Myths. Forces for Change in the European Media*. Longman, London és New York.
- Schisa, Brunella (1996) Radio caos. *Il Venerdì di Repubblica*. 1996. október 25.
- Serianni, Luca, Della Valle, Valeria & Patota, Giuseppe (1993) *L'italiano. La norma e l'uso della lingua*. Edizioni Archimede, Milano.
- Sjöber, Malin (1994) *Community Radio in Western Europe*. AMARC Europe, June 1994.
- Strover, Sharon (1995) Recent Trends in Coproduction: The Demise of the National. In: Ciorcoran, Farrel és Preston, Paschal (szerk.): *Democracy and Communication in the New Europe. Change and Continuity in East and West*. Hampton Press Inc., Cresskill, New Jersey.

CONTENTS

Angelusz, Róbert – Róbert Tardos: A NEW EMPIRICAL TIPOLOGY OF
TV VIEWERS

Rudas, János – Erzsébet Szamos: CONTENT ANALYSIS OF RADIO NEWS

Tölgyesi, János: CONVERGENCE OF BROADCASTING,
TELECOMMUNICATION, AND COMPUTER NETWORKS

Varga, Károly: COMMUNICATIONAL THEORIES OF
MODERNIZATION

Kapitány, Ágnes – Gábor Kapitány: THE IMPLICIT CONTENT OF
POLITICAL ADVERTISEMENTS IN THE ELECTION CAMPAIGN

Zsolt, Péter: MEDIA ETHICS AND GAME THEORY

Bajomi-Lázár, Péter: NEW WAYS OF RADIO BROADCAST IN ITALY

210 Ft

2